

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет прикладных коммуникаций

На правах рукописи

ХОУ Ливэй

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧАСТНЫХ КОМПАНИЙ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ВЛАСТИ В КИТАЕ (НА ПРИМЕРЕ IT-КОМПАНИЙ)**

**Профиль магистратуры– «Связи с общественностью в политике и
государственном управлении»**

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –

профессор, доктор политических наук

Вера Алексеевна Ачкасова

Кафедра Связей с общественностью в политике

и государственном управлении

Очная

Вх. № _____ от _____

Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург

2014

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Основные характеристики Government relations в КНР	6
1.1. Эволюция взаимодействия бизнес-структур с органами государственной власти в КНР	6
1.2. Особенности отношений государственной власти и частных компаний в КНР	16
Вывод к главе 1	24
Глава 2. Основные направления GR-стратегий в КНР	27
2.1. Содержание основных GR-стратегий в КНР	27
2.2. GR-стратегий в современной Интернет-сфере в КНР	45
Вывод к главе 2	59
Глава 3. Анализ опыта использования GR-стратегий частными IT-компаниями в КНР	61
3.1. Использование GR-стратегий в рамках проекта “электронное правительство”	61
3.2. Анализ опыта использования GR-стратегий в IT-компаниях в Китае	69
Вывод к главе 3.	84
Заключение	86
Список литературы	88
Приложение 1	95
Приложение 2	103

Введение

На фоне политической и экономической обстановки в китайском обществе “связи с общественностью” начинают играть значимую роль. Это особенно касается политических связей: частные компании, не имеющие связей с органами государственной власти, с большим трудом получают ресурсы и развивают свой бизнес.

По сравнению с государственными предприятиями, частным компаниям недостаточно иметь “естественные” связи с правительством, им необходимо сделать “Government relations” приоритетными. Поэтому GR-деятельность и GR-технологии играют неоценимую роль в существовании и развитии компании, а также дают преимущества в конкурентов на рынке.

За последние 30 лет в КНР появились несколько частных IT-компаний, налаживающих близкие связи и тесно взаимодействующих с органами государственной власти. Эти частные IT-компании приносят большую прибыль и развиваются быстро с помощью органов государственной власти. Нет ни политических скандалов, ни коррупции. К компаниям такого рода относятся Alibaba Group, Inspur, Tencent и другие.

Мы не беремся утверждать, что все китайские IT-компании умеют налаживать связи с органами государственной власти, тем не менее руководство компаний отдает себе отчет, насколько они важны для развития предприятия. К сожалению, у многих компаний нет пока разработанных эффективных методов взаимодействия с властями.

GR-деятельность существует давно и достаточно популярна в КНР, тем не менее, теоретического материала и специальных исследований по GR пока очень мало. Связи с органами государственной власти - актуальный предмет научно-практического исследования, поскольку их анализ дает представление, как частные компании устанавливают и регулируют отношения с органами государственной власти, чтобы выживать и развиваться.

GR осуществляются с целью оказания влияния на решения властей, получения публичности, сопровождения участия компании в государственных тендерах. Для китайской частной IT-компании это направление становится важным инструментом продвижения. Всем этим и обуславливается актуальность темы.

Анализ использования GR в частной компании, результатов этой работы помогают получить информацию о политической и рыночной ситуации в КНР. Кроме того, такой анализ предоставляет возможность частным компаниям выбирать наиболее эффективные GR-технологии, тем самым способствуя усилению конкурентоспособности.

Объектом работы является система отношений частных компаний с органами государственной власти в КНР.

Предметом диссертации выступают GR-технологии как эффективные средства взаимодействия частной IT-компании с органами государственной власти в КНР.

Целью данной работы является исследование особенностей применения GR-стратегий китайскими IT-компаниями.

В связи с поставленной целью обозначены **задачи исследования**:

- выделить основные этапы взаимодействия бизнес-структур с органами государственной власти в КНР;
- определить основные особенности GR-деятельности в КНР;
- обобщить использование GR-стратегий китайскими частными IT-компаниями;
- проанализировать тенденции развития GR в IT-бизнесе в КНР.

Для достижения цели работы были использованы следующие **методы**: анализ научной литературы, анализ документов, мониторинг СМИ, экспертное интервью.

Эмпирическая база работы: автор опирался на аналитические разработки, литературные источники, публикации в печати и информационные материалы в СМИ, а также материалы экспертных интервью с 3 китайскими GR-менеджерами, работающими в интернет-компаниях в КНР.

Теоретическая база: Работы В.А. Ачкасовой, И.Е. Минтусов, О.Г. Филатовой, Л.Б. Иловойской, Я.Б. Кузнецов, И.Н.Алехин, В.И.Быкова, Л.Н. Гааленской, Л.В. Сморгунова, Ф. Б Нестеренко, Mask C., 张祥建(Чжан Сянцзянь), 郭岚(Го Лань), 潘石(Пань Ши), 戴园晨(Дай Юаньчэнь), China International Public Relations Association (Китайской международной ассоциации по связям с общественностью).

Глава 1. Основные характеристики Government relations в КНР

1.1. Эволюция взаимодействия бизнес-структур с органами

Government Relations (GR - взаимодействие с органами государственной власти) «вполне может рассматриваться как вид PR-деятельности коммерческой или некоммерческой организации, направленный на коммуникативное взаимодействие социального субъекта с одним из сегментов его общественности - с органами государственной власти. Результатом GR-деятельности становятся хорошо налаженные отношения бизнеса (либо некоммерческой организации) с органами власти. Другими словами, GR - вид PR (Public relations) - деятельности социального субъекта, направленный на регуляцию отношений с органами власти»¹.

PR и GR зародились в КНР достаточно поздно - после экономической реформы 1978 г. До 1978 года в КНР действовала система социалистической плановой экономики, соответственно все предприятия находились в собственности Народного правительства. В процентном отношении доля различных секторов экономики в ВВП до 1978 г. составляла: сектор государственной экономики - 56%; сектор коллективной экономики - 43%; единоличный, частный и другие сектора необщественных форм собственности - менее 1%. Более 80% из указанного 1% - сельский частный сектор².

¹ Под редакцией. Ачкасовой В.А., Минтусов И.Е., Филатовой О.Г. GR и Лоббизм: теория и технологии. М. Юрайт, 2015. С. 18

² 潘石 中国私营资本原始积累. 北京. 清华大学出版社有限公司 2005. С. 148-149 (Па ши Первоначальное частное накопление капитала в КНР Пекин. Цинхуаское университетское издательство, 2005, С 148-149)

Другими словами, в этот период в КНР отсутствовала структурная и культурная “почва” для PR и GR-деятельности.

На Третьем пленуме центрального комитета (ЦК) коммунистической партии Китая (КПК) 11-го созыва в декабре 1978 года Дэн Сяопин - руководитель КПК - определил направления строительства социализма с китайской спецификой и выдвинул политику реформ и открытости³. В КНР начали происходить существенные изменения не только в сфере функционирования государственного механизма, но и в сфере экономики. Социалистическая рыночная экономика постепенно сформировалась.

Политика реформ и открытости также оказала серьезное влияние на информационное, культурное и научно-техническое развитие общества. С течением времени два вида коммуникационной деятельности --- PR и GR прошли сложный путь - от нового, часто негативно воспринимаемого явления к популярной, престижной и востребованной профессии.

В целом развитие этих видов деятельности можно разделить на три этапа: “внедрение”, “ассимиляция” и “современный PR (GR)”⁴.

Первый этап: “Внедрение: доктрина заимствования” (начало 80-х – 1992 г.)

Центральный комитет Китайской коммунистической партии сформулировал лозунг для развития частной экономики: “Частное предпринимательство не

³ Там же С.47

⁴ Иловайская Л.Б. Особенности развития связей с общественностью в КНР// Вестн. Волгогр. гос. ун-та, Сер.7, Филос. Социология и социальные технологии, 2011 №1(13) С157

следует пропагандировать, но и не стоит его ограничивать”⁵. В то же время, отношение власти к существованию частного сектора и его развитию является довольно неоднозначным. Китайские учёные считают, что это был симптом согласия с существованием и защитой частного сектора. В результате произошел переход от плановой экономики к рыночной, от традиционной (аграрной) - к индустриальной⁶. Раньше в рамках системы общественной собственности все предприятия принадлежали государству, в последующий период органы государственной власти постепенно стали отходить от прямого контроля деятельности частных предприятий.

Государство начало строить рыночную экономику для того, чтобы поддерживать и развивать конкуренцию и повышать эффективность китайской экономики. Местные органы получили гораздо большую степень автономии самоуправления в решении экономических вопросов⁷.

В итоге появился новый род сотрудничества между государством и частными компаниями Китая.

Экономическая реформа послужила начальным этапом институционализации PR и GR, который относится к периоду 1980-1986 годов, особенно на юге Китая. Однако в КНР в этот период отсутствует литература, теоретические разработки

⁵ 戴园晨 在邓小平理论指导下的中国民营经济的发展[J]. 经济体制改革, 2004 年第 4 期 中国社会科学院 (Дай Юаньчэн Развитие китайского частного экономического сектора под руководством теорией Дэн Сяопина. Реформы экономической системы. Академия общественных наук Китая, №4) 2004

⁶ 杨继绳 从计划经济到市场经济. 湖南, 湖南人民出版社 1994 (4) С. 38-42 (Ян Дишэн от плановой экономики к рыночной. Пекин, Хунанское народное издательство 1994(4) С.38-42)

⁷ 秦亚芹 简论中国地方政府自治. 湖北广播电视大学学报 2007, 27(12):49-50(Цинь Яцин Автономия самоуправления у местных органах государственной власти в Китае, Хубэйская радиовещательная университетская газета, 2007, Сер.27 №12 С.49-50)

и рекомендации по проблематике связей с общественностью и органами государственной власти. Теоретическая база и эмпирические данные заимствуют из опыта коммуникативной деятельности зарубежных стран. Поэтому данный период можно определить как “период заимствования”⁸, в котором проявляются две особенности:

А) Появление PR- и GR-специалистов в китайском бизнесе.

В начале 1980-ых годов наиболее заметно происходит становление PR- и GR-деятельности в таком экономическом районе китайского континента, как Шэньчжэн⁹. Этот город практически первым начал проводить политику реформ и открытости.

На этом этапе в Шэньчжэне появилось много иностранных компаний и совместных предприятий. В структуре этих предприятий учреждались PR-отделы, таким образом и создавалась первая генерация PR-специалистов.

Важно подчеркнуть, что в этот период основной объем работы специалистов по связям с общественностью заключался в установлении взаимодействия с органами государственной власти, особенно в частных компаниях, поскольку в течение всего этого этапа государство продолжало управлять почти всеми социальными ресурсами.

Другая важная причина - легальный статус частного экономического сектора, которым он стал обладать после принятия поправки в конституцию в 1988-ом

⁸ 中国公共关系协会 中国公共关系发展简史//CHINAPR.COM.CN: 北京 15.11.2012 UCL: http://www.chinapr.com.cn/templates/T_Second/index.aspx?nodeid=23&page=ContentPage&contentid=868 (История развития PR в КНР, Китайская Международная Ассоциация по связям с общественностью дата обращения: 15.11.2012)

⁹ Там же.

году. До 1988-го года частный сектор находился под жестким контролем государства, и государство не стремилось стимулировать и поддерживать развитие частной экономики. Чтобы начать бизнес в КНР, китайские, иностранные и совместные частные предприятия вынуждены были формировать хорошие, прочные отношения с органами государственной власти, особенно с местными органами государственной власти.

PR и GR-специалисты особенно были востребованы в гостиничном и ресторанном бизнесе, потому что ранние PR или GR-акции часто проводились в гостиницах, для того чтобы осуществлять приём иностранных чиновников.

Б) Иностранные PR-компании захватывали инициативу на китайском рынке.

Международное PR-агентство “Hill&Knowlton” открыло свой офис в Пекине в 1984-ом году, фактически явившись первым профессиональным PR-агентством в КНР¹⁰.

В августе 1985-го года “China media development company” (предприятие, подчиненное Синьхуа - главному государственному управлению КНР по делам прессы, печати, радиовещания, кинематографии и телевидения) создало с самой известной в мире PR-компанией “Burson-Marsteller” первую китайскую совместную PR-компанию “Global”¹¹. Эта компания, в свою очередь, создала первую профессиональную пресс-службу. Подобные PR-компании выбирали собственную стратегию развития бизнеса по взаимодействию с китайским государственным информационным агентством. Китайские сотрудники

¹⁰ Иловайская Л.Б. Особенности развития связей с общественностью в КНР// Вестн. Волгогр. гос. ун-та, Сер.7, Филос. Социология и социальные технологии, 2011 №1(13) С158

¹¹ 郇舒叶 从新华社到环球公关公司[J] 新闻记者, 1988 (11) (Хуан Шуей Со Синхуа агенство до PR-компании Global//Журналистики. 1988 Сер. 11)

проходили обучение внутри фирмы или организации, где были созданы специальные учебные классы.

В течение 1986-1993 гг. произошло освоение и усовершенствование западных PR- и GR-теорий, технологий, и их применения на практике. Развитие PR и GR характеризуется возникновением китайской специфики (о которой мы подробнее расскажем ниже), и общество постепенно принимает этот новый опыт.

Второй этап: ассимиляция – 1993-2000 гг.

После 1993 г. развитие PR идет по активному, интенсивному пути. К этому периоду относятся следующие явления и процессы:

А). Возникновение большого количества PR-агентств не только в частном бизнесе, но и во всех других отраслях, расширение PR-деятельности в организациях социальной направленности, банках, университетах, органах государственной власти и т.д. Изначально PR появились только в сфере услуг, с 1993 года владельцы частных предприятий обращают серьезное внимание на PR как на гарант защиты своих интересов и фактор ускорения развития предприятий и в целом бизнеса.

Б). Диверсифицированное развитие профессиональной PR-индустрии и агентств. С середины 1980-х до начала 1990-х годов XX века было создано около 2000 PR-агентств, но в середине 1990-х половина из них “закрылась за нерентабельностью”¹². В то же время ряд китайских PR-компаний достигает лидерских позиций на рынке. К таким компаниям относится, например, компания “Global”, количество сотрудников которой достигло численности более

¹² Там же С.158

ста человек. Это одна из крупнейших PR-компаний. У крупных фирм, как “Global”, есть более 100 сотрудников, таких крупных PR-фирм не так много. Большинство китайских PR-агентств состоят из 10-20 сотрудников (по данным опроса CIPRA)¹³. Для большинства подобных китайских PR-предприятий характерны следующие принципы деятельности: дешевая стоимость, операционные расходы, гибкий управленческий механизм, лучшее знание специфики китайского рынка. По сравнению с иностранными PR-компаниями, в некоторых китайских компаниях встречается довольно несовершенная система услуг.

В). Проникновение иностранных PR-компаний на китайские рынки благодаря политике реформ и открытости. С 1992-1993 гг. американские PR-компании “Edelman”, “Ogilvy&Mather”, “Fleishman-Hillard”, “Ruder-Finn”, английская PR-компания “Weber Shandwick” и др. начинают открывать свои отделения в КНР. Они демонстрируют применение новых концепций и подходов в PR- и GR-сфере - “кризисного управления”, “финансовой коммуникации”, “cognitive management”, “лоббизм”, повышение качества стандартов профессиональных служащих и т.д.¹⁴.

Эти новые услуги стимулируют китайский PR и GR-рынок к ускорению развития, сертификации PR-деятельности и развитию профессионального рынка. Сегодня зарубежные PR-фирмы вполне успешно функционируют в КНР,

¹³ Там же С.158

¹⁴ 中国公共关系协会 中国公共关系发展简史//CHINAPR.COM.CN: 北京 15.11.2012 UCL: http://www.chinapr.com.cn/templates/T_Second/index.aspx?nodeid=23&page=ContentPage&contentid=868 (История развития PR в КНР, Китайская Международная Ассоциация по связям с общественностью дата обращения : 15)

поскольку их деятельность более формализована, понятна заказчикам, они используют современные технологии и методики.

Для того чтобы расширить свой бизнес на китайском рынке, иностранные PR-предприятия и их специалисты уделяют большое внимание профессиональной подготовке, например, открытию учебных классов внутри фирм, и практической деятельности. В 1999 году более 50 иностранных PR-агентств и 20 китайских PR-компаний осуществляли профессиональную подготовку сотрудников PR-служб.

Г). Возникновение PR-образования в рамках высшей школы. В университетах растет количество университетов, готовящих специалистов по PR, но специалистов по GR готовят очень мало. GR-образованием часто является частей PR. Обучение в отдельных образовательных центрах является наиболее популярной формой подготовки GR-специалистов. В современных условиях большинство частных компаний осознают важность GR.

Третий этап: Современное развитие (с 2001 года по настоящее время)

В настоящее время PR и GR вышли на новый этап развития, многие крупные иностранные фирмы пользуются услугами PR(GR)-фирм, пришедших на рынок Китая в последнее десятилетие (например, «HP», »Nokia», Motorola), «Microsoft» и др.)¹⁵.

Особенности современного этапа заключаются в следующем:

¹⁵ Иловайская Л.Б. Особенности развития связей с общественностью в КНР // Вестн. Волгогр. гос. ун-та, Сер.7, Филос. Социология и социальные технологии, 2011 №1(13) С159

--Использование современных технологий, которые включают в себя, прежде всего, web-PR. Например, на сайте компании есть услуга «ответов на часто задаваемые вопросы» (FAQ), веб-презентации, представляющие собой интерактивные каталоги, доступные в сети¹⁶.

--важным является существование GR-приложений. На примере, В 2014 г. GR-консалтинговая компания (Китай) “North Head” создала первое информационное, стратегически-коммуникативное приложение для iOS “Portal to China». Главной задачей приложения было показать на рынке разные услуги, которые предоставляет GR-консалтинг:

- 1) информацию о политической жизни и функционировании политической системы Китая, включающая деятельность административных, законодательных и других органов государственной власти, а также характеристику КПК;
- 2) свежие отчёты или доклады профессиональной информации GR;
- 3) произведения и идеологические положения высших руководящих лиц страны и партии¹⁷.

-- Специфическими особенностями отличается и возникновение политического PR. С сентября 2004 г., согласно «Постановлению ЦК КПК по вопросам усиления способности руководства и управления»¹⁸, не только компании должны развивать

¹⁶ Так же

¹⁷ Portal to China launched in iTunes App Store by North Head// NORTHHEADCOMMS.COM <http://www.northheadcomms.com/plus/view.php?aid=172> дата обращения: 21.07.2014 (GR-консалтинговая компания “Северная глава” развивает новую программу “Окно Китая” на онлайн программы-магазине iTunes App дата обращения: 21.07.2014)

¹⁸ 中国共产党第十六届中央委员会第四次全体会议 中国中央加强关于党的执政能力建设的决定. 北京 2004.09.19 (Постановление на 4-м пленуме центрального комитета

PR, но и органы государственной власти. Это очень важно для “создания гармоничного общества” и “повышения конкурентоспособности КПК”. Усиление развития приводит к постепенной замене государственной пропаганды PR-деятельностью государственных учреждений.

По данным опроса CIPRA, в течение 2009 года в развитие PR вложено на 10,8 млрд юаней больше по сравнению с предыдущим годом¹⁹.

Промежуточный вывод

В этом параграфе анализируется формирование GR - как работа на профессиональном уровне. GR является новой профессией в КНР, которая начала развиваться только в конце 80-ых годов. В целом развитие этих видов деятельности можно разделить на три этапа: “внедрение”, “ассимиляция” и “современный PR”. Процесс развития GR рассматривается поэтапно, каждый этап соответствует изменению в политике и экономике страны.

В связи с глубокими изменениями в экономике и социуме в течение последнего десятилетия, GR имеют многообещающие перспективы в современном КНР. Тем не менее, большинство существующих теоретических GR книг являются переводами европейских или американских исследований, и специальных исследований развития GR в КНР очень мало. Учёные предпочитают соединять этапы развития PR и GR вместе, считают что GR только часть PR. Но не серьёзно относятся к GR - как к отдельной важной научной сфере.

коммунистической партии Китая 16-го созыва, «Постановлению ЦК КПК по вопросам усиления способности руководства и управления» дата обращения: 19.09.2004

¹⁹ Данные не считают учета регионов Гонконга, Макао и Тайваня. Иловайская Л.Б.

Особенности развития связей с общественностью в КНР// Вестн. Волгогр. гос. ун-та, Сер.7, Филос. Социология и социальные технологии, 2011 №1(13) С158

1.2. Особенности отношений государственной власти и частных компаний в КНР

Необходимо прежде всего отметить, что пока отсутствуют серьезные теоретические исследования по проблемам развития и особенностям функционирования GR в КНР. Вместе с тем, очевидно, что развитие GR в КНР неразрывно связано с развитием PR. В последнее время GR становится все более востребованной сферой деятельности. Однако в КНР остро чувствуется дефицит литературы, теоретических разработок и рекомендаций, касающихся GR-деятельности. Кроме того, процесс институционализации «связей с органами государственной власти» усложняется наличием коррупции и необходимостью разработки методов борьбы с ней.

А. Исторические причины

Историческая причина коррупции – разветвленная бюрократическая система, а также деспотическое правление, существовавшие в КНР более 2000 лет. В период Сражающихся царств (403 до н.э. - 221 до н.э.) князья семи царств придавали значение “ сельскому хозяйству и одновременно ограничивали торговлю”²⁰. Во время династии Цинь (221 до н.э. — 206 до н.э.) бизнесмен

²⁰ 荀子(公元前313至238年), 战国末年提出“农可致国富”, 而“工商众则国贫”之论, 奠定了重农业轻工商的基础。李达嘉 从抑商到重商: “思想与政策的考察” 中央研究院近代史研究所集刊第82期 (民国102年12月) 1-53 , 中央研究院近代史研究所 (Сюнь-цзы (313 — 238 г.г. до. н. э., царство Чжаоцарство Чу) —китайский мыслитель конфуцианской традиции. Он проводил мысль «сельское хозяйство помогает богатстве страны, торговля приведет к бедности страны». Это основа мысли «сельскому хозяйству и одновременно ограничивали торговлю». Ли Датя Вначале государство ограничивало торговлю, а теперь перешел к процессу стимулирования : “ исследование философии и политики”. Центральный исследовательский институт истории и философии)

являлся преступником. После седьмого императора империи Западная Хань в КНР (87 до н.э.) частный экономический сектор находился под сильным контролем государства. Государственный экономический сектор сменил частный и стал важным приёмом для управления населением и накопления финансов государства. Государство имело преобладающее право “распоряжаться жизнью и смертью частного хозяйства и бизнеса”²¹. Поэтому традиции безоговорочного подчинения людей власти и злоупотребления ею служащими органов государственного управления укоренились в стране²².

После Второй мировой войны образовалось новое китайское государство. Китай стал страной социализма при полном контроле государства над экономикой. Частный сектор рассматривался как “хвост капитализма”²³ в Китае, государство запретило его существование вплоть до 1978 года. Дэн Сяопин выступал за реалистичный подход, и выложил его известное мнение: «Неважно, какого цвета кошка, лишь бы она ловила мышей»²⁴. То значит, кокая типа экономического сектора не важно, главными является могут помочь восстановления развитие государственной экономики.

ельный институт новой истории Сер. 82, История №1 С. 4)

²¹ Там же С 8

²² 郭至祥 古代商人的身份与地位略论[J] 《南京大学法律评论》，南京 1996 (2): 106-109 (Го жисян Положение китайских древних бизнесмен// Юридическое изложение в Нанькинском университете, Нанькин, 1996, Сер.2 С.106-109)

²³ “割资本主义尾巴运动” 推广解放军活学活用毛主席著作的经验 广东省农村中蓬勃兴起群众性学习毛主席著作热潮 (摘录), 人民日报, 14.06.1966 (Жэньминь Жибао “Движение “прервать хвост капитализма”, осуществляющий социалистическую индустриализацию страны, провести социалистические прообраз// Газета народа. 1966. 14 июня. 1966

²⁴ Усов, Ю.Н. Дэн Сяопин и его время/Б.НЮУсов М.: Стилсервис, 2009-842 С.67

На настоящий момент указанные проблемы в Китае стоят уже не столь остро, тем не менее частные компании еще подвергаются дискриминации. Обозначенные исторические причины привели к тому, что властей больше заботит судьба государственных компаний. Частные компании трудя получают дивиденды от “политики льгот”.

Б. Реальные причины

На настоящий момент, органы государственной власти КНР продолжают оказывать серьезное влияние на деятельность частных компаний. Во-первых, речь идет о прямом вмешательстве органов государственного управления в деятельность частных компаний и установления контроля за их деятельностью.

Китайская правовая система несовершенна, существенную роль играет человеческий фактор в принятии решения. Иногда органы государственной власти не действуют в соответствии с установлениями законодательства, а становятся выше закона. Их действия или решения прямо оказывают влияние на частную компанию²⁵.

Во-вторых, органы государственной власти оказывают правовое (косвенное) воздействие на частные компании путем принятия поправок к законам и в целом изменения политики. Тем самым изменяется “внешнее окружение среды”

²⁵ 张祥建; 郭岚 政治关联的机理、渠道与策略: 基于中国民营企业的研究 上海财经大学财经研究所, 华东师范大学资源与环境学院; 上海社会科学院, 财经&贸易经济 09.2010

Чжан Шанцзянь Го Лань. Теория, каналы и технологии политической связи: исследование на китайских частных компаний, финансовый институт Шанхайского финансового университета, ресурсы и среды педагогического педагогического университета, Шанхайская академия общественных наук.// «Финанс&торговая экономика» 09.2010

предприятия, что оказывает существенное влияние на его стратегическое развитие.

Из-за финансовой системы налогового распределения в Китае, местные правительства не имеют права разрабатывать местные отдельные нормы и правила налогообложения, но у них есть независимость от внебюджетных расходов ²⁶. Для того чтобы увеличить финансовые доходы органов государственной власти, местные правительства часто выбирают путь прибавления внебюджетных расходов. Местные органы государственной власти часто попадают в зависимость от частных компаний, они часто произвольно требуют пожертвований, вымогают деньги.

Китайские частные компании оплачивают нерациональные и незаконные расходы на приём государственных служащих (угощения, организация мероприятий и др.) Колоссальные расходы осуществляются для налаживания связей с органами государственной власти.

По данным источника «Седьмой отчёт выборочного исследования общенациональной частной компании»²⁷, в Китае такие случаи лишних расходов часты. В качестве единиц наблюдения выступали 3837 частных предприятий. Результаты исследования выглядят следующим образом (указано количество отчитавшихся компаний): административные расходы - 1702; расходы на приём государственных служащих - 1142; по разверстке расходов – 1660. Количество

²⁶ 陈志勇 税费关系与地方政府收入制度的构建[J] 税务研究, 2000 (6): 5-28 (Чэнь Жиюн Связи с налогообложения с системой расходов местных органов государственной власти// Исследование налогообложения, 2000 Сер.6 С.5-28)

²⁷ 中国私营企业研究课题组, 中国第七次私营企业抽样调查数据分析综合报告, 2008 (Группа исследования китайских частных предприятия седьмой отчёт выборочного исследования общенациональной частной компании, 2008)

предприятий, которые указали на то, что не имеют подобного вида расходов: административные расходы - 244; расходы на приём государственных служащих - 395; разверстка расходов - 956. Итог: компании, которые отчитались о расходах: административный расход - 2300; расход на приём государственных служащих - 1142; разверстка расходов - 1221.

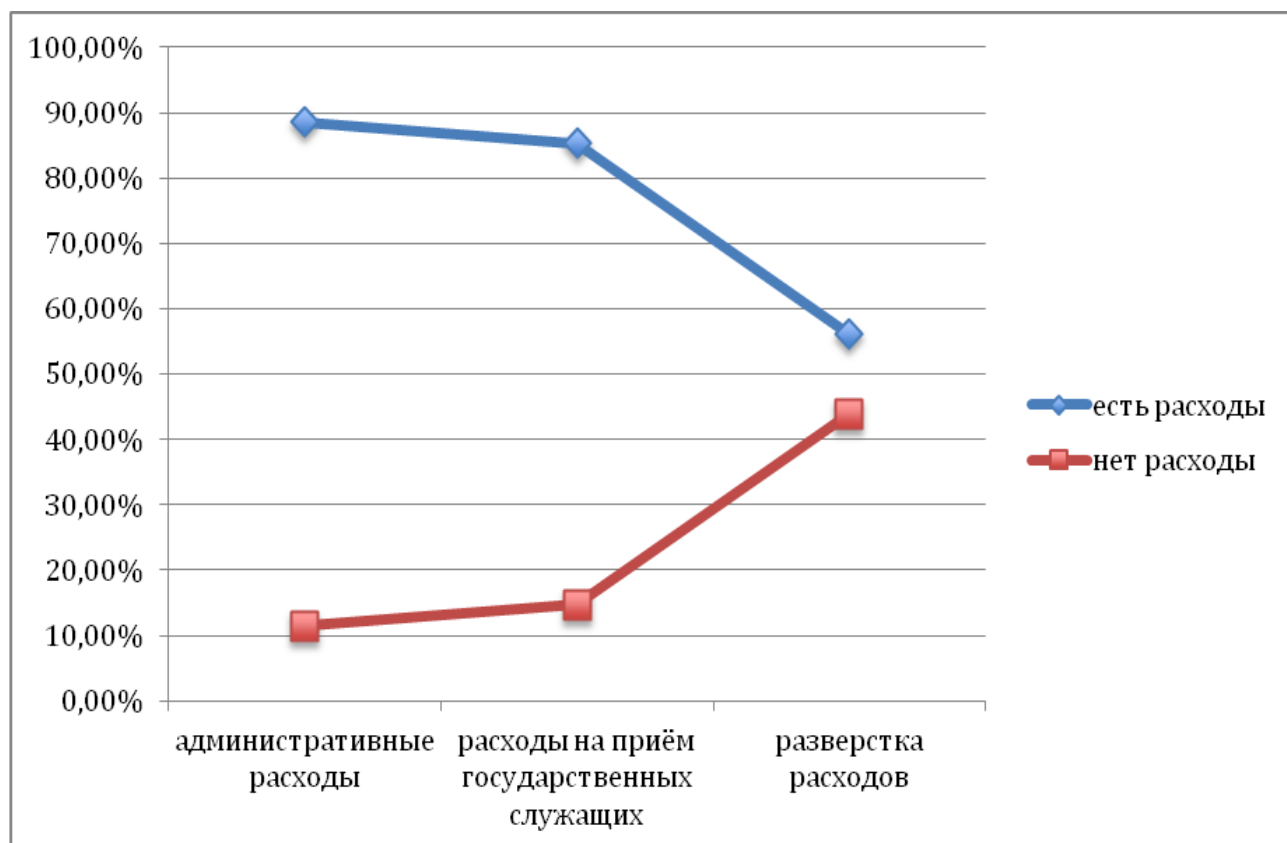


таблица 1.1 Лишний расход в китайских частных предприятиях в течение 2014-2016 гг.

Таблица 1.1 демонстрирует, что китайские частные предприятия имели огромные расходы, особенно на административное управление и на приём государственных служащих. Здесь мы видим разницу в отношениях между частной компанией и органами государственной власти в Китае.

Часто бывает, что местные органы государственной власти хотят осуществить стратегические задачи, на примере развития района,

предоставления работы, социального обеспечения, образования и т.д., они переносят эти проблемы на местные частные компании. Это значит, что частные компании должны представить место работы, платить больше налогов из-за большей траты бюджетных средств. Все эти действия приносят серьёзные расходы частным компаниям.

Поскольку значимые социальные ресурсы и важнейшие экономические секторы оказываются под контролем государства, то частные компании просто вынуждены создавать контакты с органами государственной власти.

По сравнению с государственным предприятием, частные предприятия не находятся под контролем государства, в отличие от государственных предприятий, находящихся в прямой зависимости, иногда также с помощью посредника. Поэтому владельцы частных предприятий в Китае демонстрируют двойственные позиции по отношению к Government relations.

Некоторые частные предприятия застали период, когда государственные служащие стремились исключительно к личной выгоде и в случае отказа платить им могли нанести серьёзный вред интересам предприятия.

Отсюда следует, что указанные предприятия до сих пор боятся создавать прочные отношения с государственными служащими и в целом отказываются взаимодействовать с органам государственной власти. Ряд других предприятий, напротив, предпочитают активно применять методы с целью установления контактов с органами государственной власти.

В последние годы многие частные компании стремятся к вступлению в структуру коммунистической партии Китая. Это, конечно, не означает, что все

предприниматели одобряют политическую платформу КПК. Дело в том, что в Китае по-прежнему органы государственной власти и КПК имеют большую силу влияния на экономику. Участие в партии, вероятно, помогает им получить больше поручений и поддержки от властей. Стать членом КПК - значит занять относительно хорошее политическое положение.

В окружающей среде, в которой органы государственной власти относятся с недоверием и дискриминируют частные компании, создание связей с правящей партией (КПК) помогает усилить безопасность и уверенность компании. Члены КПК легче и проще заводят знакомство с другими членами КПК и членами органами государственной власти, и так создают связь или взаимодействуют с органами государственной власти, банком и государственной предприятием²⁸.

Следует отменить, что в настоящее время общественное мнение и контроль начинают играть более важную роль в жизни социума, власть уже не может «поступать так, как вздумается». В конечном итоге появление феномена GR обусловлено тем, что необходимо построение здоровых, прочных отношений между правительством и фирмами.

С 2013 года, в связи с замедлением темпов экономического роста в Китае, правительство Китая столкнулось со сложной экономической ситуацией и в

²⁸ 张祥建; 郭岚 政治关联的机理、渠道与策略: 基于中国民营企业的研究 上海财经大学财经研究所, 华东师范大学资源与环境学院; 上海社会科学院, 财经&贸易经济 09.2010
Чжан Щанцзянь Го Лань. Теория, каналы и технологии политической связи: исследование на китайских частных компаний, финансовый институт Шанхайского финансового университета, ресурсы и среды педагогического педагогического университета, Шанхайская академия общественных наук.// «Финанс&торговая экономика» 09.2010

стране, и за рубежом, обстановка внутри Китая и за границей также серьезно изменилась.

В 2014 году, по правительственному докладу работы, премьер государственной совета Ли Кэцян сказал “ В прошлом году мы стояли лицом к лицу с суровой действительностью — сложной экономической ситуацией в стране и за рубежом, возрастающего давления на спад экономики, появлением многочисленных противоречий.”²⁹. Китай вступил в решающий период, продвижение реформ будет проходить тяжело, но оно необходимо.

Одной из важных причин такой «пробуксовки» является распределение ресурсов и имущества, которое “осуществляется при отсутствии контроля с множеством ненормативных действий, отсутствием прозрачности, и даже нарушением законов и правил” ³⁰. Такая ситуация часто случается в отношениях между правительством и частной компанией.

Органы государственной власти получили значительно больше доходов от компаний, и они одновременно снабжают их ресурсами. Если методы управления, используемые правительством, не изменятся, все общество вынуждено будет заплатить большую цену. Для решения этих важных проблем не только компании, но и государство должны неуклонно продвигать реформы, устранять необоснованные претензии и вместе формировать систему взаимодействий между бизнесом и властями.

²⁹ Теория Китая : Некоторые проблемы углубления реформ экономической системы, Ли Кэцян Журнал "Цюши", UCL: http://ru.theorychina.org/xsqy_2477/201406/t20140603_308111.shtml
дата обращения: 09.2014

³⁰ Там же

Промежуточный вывод

В отличие от европейской или американской свободной рыночной экономик, системы направлены на совершенствование и органы государственной власти мало вмешиваются в действия предприятий. Значительное влияние роли государства и государственных деятелей имеет место в экономике Китая.

До сих пор, государством управляли важные социальные ресурсы. Частным компаниям нужно урегулировать отношение с органами государственной власти, для того чтобы стремиться к успешному существованию и развитию. В связи с этим, компании обращают пристальное внимание на создание хороших отношений с органами государственной власти.

Нельзя не согласиться, что GR не становится открытой и прозрачной системой в Китае из-за недостатка соответствующих законов и политики. Решение проблемы между бизнесом и властью с помощью взятки является одним из распространенных способов, а также остается “молчаливым согласием” правил общества³¹.

Выход к главе 1.

История развития GR является в Китае непродолжительной, и большинство имеющихся изданий теоретического характера - переводы европейских или американских исследований. В настоящее время растет количество университетов, готовящих PR-специалистов, но иначе обстоит дело с GR.

³¹ 梁春生 政府公共关系与反腐败斗争//考试周刊 2007 (28) : 49-151 (Лян Чуэньшэн. GR и борьба с коррупцией и разложением//Экзамен еженедельник 2007 Сер. 28 С.49-151)

Учитывая структурный контекст Китая, государственные деятели имеют значительное влияние на экономику Китая. Государством управляли важные монопольные социальные ресурсы, это главная причина, по которой частные компании рьяно добиваются урегулирования отношений с органами государственной власти. В связи с этим, компании обращают большое внимание на создание хороших отношений с органами государственной власти.

Стоит отметить, что понятие и использование GR на западе и в Китае, скорее, различно. Целью использования GR китайскими частными компаниями является получение прямых выгод с коротким сроком для самой компании. В этом заключается важность GR для большинства частных компаний в Китае.

Политические связи не только представляют частной компании финансовые интересы и помогают избегать риска, но одновременно помогают увеличить себестоимость эксплуатации частной компании.

По сравнению с государственным предприятием, частные предприятия не имеют “естественный” связь с властью, иногда создание связи с органами государственной власти, также с помощью посредника. Некоторые частные предприятия застали несправедливо, когда государственные служащие стремились к личной выгоде и даже вредили интересам предприятия.

При этом некоторые эксперты отмечали, что решение проблемы между бизнесом и властью с помощью взятки является одним распространенным способом, а также остается “молчаливым согласием” правил общества в Китае.

По мере того, как постепенно развития экономики, органы государственной власти уже относятся серьезно к отношению между властью и бизнесами.

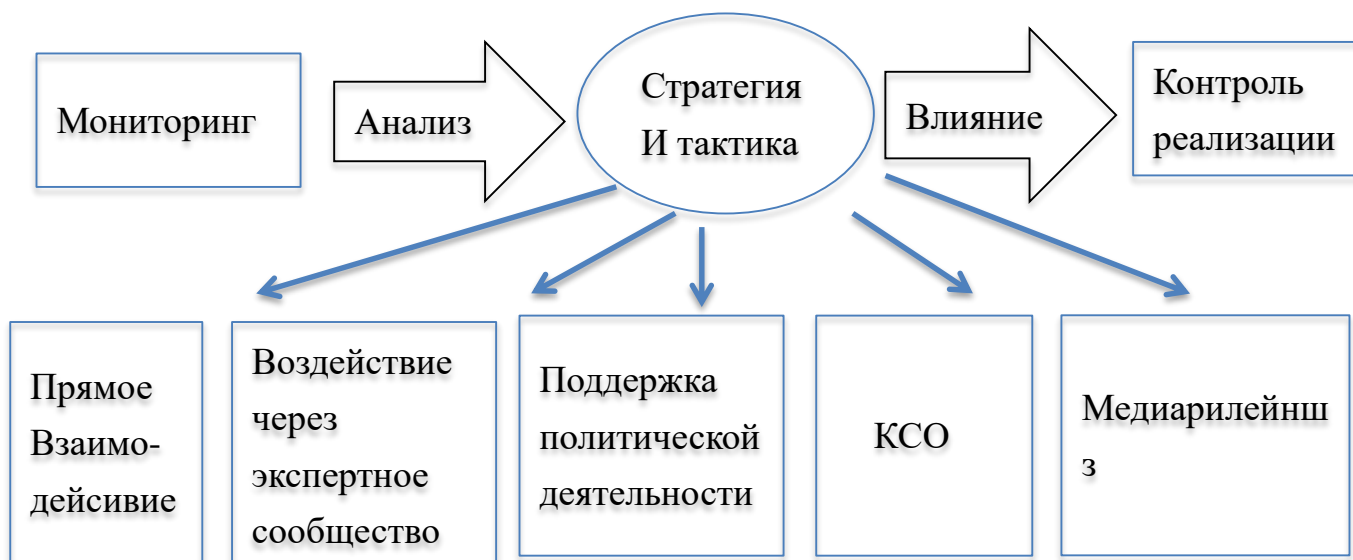
Правительство обнародовали и осуществили много политик за то, что задавать основные правила “игры”—против коррупции, и защита основные принципы и интересы двух сторон, сменились нравственные сами контроли.

В итоге, китайские GR-специалисты не только приняли классические западные теории, но и сохранили национальные особенности в развитии GR.

Глава.2 Основные направления GR-стратегий в КНР

2.1. Содержание основных GR-стратегий в КНР

Успешное продвижение бизнеса компании на китайском рынке зависит от правильно выстроенных отношений не только с проверяющими и контролирующими органами государственной власти, т. е. с налоговыми органами, исполнительным и законодательным отделами и отделом юстиции, но также и с органами, которые осуществляют регулирование деятельности в соответствующей сфере. Для того, чтобы хорошо выстраивать отношения между компанией и государственной властью и оказывать влияние на решения властей, GR-специалисты должны иметь мощный технологический инструментарий под рукой. GR-технологии как совокупность методов и процессов неразрывно связаны с использованием в GR-деятельности.



Основные Этапы GR-деятельности и GR-технологии представлены на рис. 1.2³²

³² GR и лоббизм: теория и технологии/ Под редакцией В.А.Ачкасовой, И.Е.Минтусова, О.Г.Филатовой. М.: Юрайт, 2015. С.79

С точки зрения китайских учёных, процесс перестройки системы, если прямо экстраполировать передовую систему политики и экономики на современный Китай, легко приведет к разбалансированности порядков в обществе. С целью обеспечения стабильности в государстве Китаю нужен “новый авторитаризм с типичностью и китайской спецификой. Позиции китайской частной компании должны склоняться к поддержке этой новой социальной системы”³³.

На самом деле такая тенденция также интегрирует GR-деятельность, которую осуществляет большинство PR-специалистов, работающих в китайских частных компаниях. Поэтому применение наиболее распространенных технологий взаимодействия с органами государственной власти связано с китайской спецификой.

Основные GR-технологии представляют собой целый комплекс методов и процедур.

Речь идет, прежде всего, о **прямом взаимодействии с органами государственной власти**, которое подразумевает прямое участие GR-специалиста в обсуждении вопросов с представителями этих органов. При этом наличие эффективных каналов GR-коммуникации включает в себя:

А. Непосредственные персональные контакты с представителями органов власти.

В течение 2013-2015 годов в Китае поднялась волна отставок в органах государственной власти и поступлений на работу в частные фирмы. По данным

³³ 胡世前 国家改革与社会的的关系. 延边大学 延吉 08.2012 (Ху Щицянь. Изучение отношения между переоформляющем государством и социацией. университетская газета Янь Биань, 2012 №45 С.86-92)

китайского журнала «Экономический наблюдатель», “с января по июнь прошлого года (2014 г.) 20 чиновников, в том числе заместители начальников департаментов, ушли из государственного учреждения, имеющего статус министерства. И этот случай не единичный. Такой же процесс наблюдается и в комиссии правительства, регулирующей ценные бумаги”³⁴. Например, Сюэ Цян — бывшая заместитель директора бюро Государственного комитета по национальному развитию и реформам, ушла в пекинское отделение международной юридической фирмы “Jones Day”³⁵.

Рассматриваемая мобильность объясняется рядом причин:

Во-первых, китайские частные компании предпочитают приглашать бывших государственных служащих в качестве GR-специалистов для того, чтобы использовать их опыт и связи в органах государственной власти. У бывших государственных служащих есть знакомые бывшие сотрудники, которые могут способствовать налаживанию непосредственных контактов с властями. Такие GR-специалисты обычно получают более высокую зарплату по сравнению с другими.

Во-вторых, в китайской политической системе народные представительные собрания (НПС) и народные политические консультативные советы (НПКС) разных уровней играют решающую роль в разработке и принятии политических решений. Одновременно действия органов государственной власти подпадают

³⁴ Владимир Скосырев Китайские чиновники уходят в частный сектор// Независимая http://www.ng.ru/world/2015-04-07/7_china.html дата обращения: 07.04.2015)

³⁵ 刘洪波 发改委官员辞职下海何以又成热点//华商报, 2015.03.15 (Лю Хунбо. Зачем бывшая заместитель директора бюро Государственного комитета по национальному развитию и реформам?//Газета Китайских купцов, 15.03.2015)

под их серьезное влияние. Поэтому GR-специалисты обычно создают возможность для того, чтобы порекомендовать отличных работников в определенном учреждении, и уже эти работники могут налаживать непосредственные контакты с другими представителями НПС или НПКС. Эти работники, уже принимающие участие в НПС, помогают GR-специалистам налаживать связь с политическими лицами. Другими словами, с помощью этих сотрудников GR-специалисты получают более эффективные результаты при осуществлении своей деятельности.

Б. Выступления на саммитах, форумах и т.д.

В Китае много профессиональных саммитов или форумов проводятся при поддержке китайского правительства. Среди приглашенных гостей есть не только топ-менеджеры компаний, но и представители органов государственной власти.

Так называемая “Мировая Интернет-конференция” (World Internet Conference) проходит в поселке Учжэнь (провинция Чжэцзян) каждый год. В мероприятии участвовали более 2000 экспертов в IT-сфере из более чем 120 стран и регионов мира, а также приглашенные лидеры иностранных государств³⁶. В 2015 г. во втором саммите участвовали “8 лидеров иностранных государств и около 50 министров иностранных дел, включая премьер-министра России Дмитрия Медведева”³⁷.

GR-специалисты всегда стремятся принять участие в таких конференциях, чтобы непосредственно обсуждать важные темы с представителями власти.

³⁶ Официальный сайт Мировая Интернет-конференция: <http://www.wicwuzhen.cn/>

³⁷ В пройдет 2-я Всемирная интернет-конференция// ЭКД сайт UCL: <http://ekd.me/2015/12/internet-conference-2/> дата обращения: 11.12.2015

В. Поддержание и участие в неформальных встречах, организованных местными органами власти.

Местные органы государственной власти в Китае часто организуют социальную общественную деятельность, создают профессиональные ассоциации и выпускают печатные издания. Эта деятельность зачастую нуждается в финансовой поддержке местных компаний. В этом случае GR-специалисты поддерживают органы государственной власти в меру своих возможностей. С одной стороны, они развивают тесные отношения между бизнесом и властями. С другой стороны, эта деятельность помогает компании получить паблисити и свидетельствует об их социальной ответственности.

Г. Проведение соотнесительной деятельности (которая соответствует интересам органов государственной власти, т.е. поддержка политики органами государственной власти и приглашение представителя).

После изучения политики и стратегических интересов органов государственной власти, GR-специалисты осуществляют соотнесительную деятельность и приглашают для участия представителя органа государственной власти. “Чан Чжин” - китайская частная IT-компания, созданная в провинции Хунань. Её GR-специалисты хотели провести небольшой форум с участием высокопоставленных фигур и пригласить представителя органов государственной власти для участия с целью совместного исследования развития программной промышленности.

Сначала GR-специалисты установили связь со служащими в области технологической и информационной индустрии³⁸. Служащие разработали план проведения форума, успешное проведение которого было бы полезно для развития программной промышленности. С помощью руководителей органов технологической и информационной индустрии GR-специалисты пригласили губернатора провинции Хунань посмотреть работу компании “Чуан Чжин”, для чего подготовили исчерпывающую презентацию. Губернатор провинции остался полностью удовлетворен работой организации, заключив, что это социально ответственная компания и образец для других IT-компаний в провинции Хунань.

После осмотра губернатора с ним общался постоянный комитет, изучающий вопросы поддержания развития программной индустрии и компании “Чуан Чжин”.

Широко применяемой GR-технологией является также **воздействие на лиц, принимающих решения через экспертное сообщество.**

Экспертное мнение оказывает важное влияние на лиц, принимающих решения. Много эксперты в своей областей, “не просто экспертом, а лидером общественного мнения, еловеком узнаваемым и уважаемым в своей среде. именно эти качества позволят вам донести до власти актуальные проблемы, стоящие перед обществом, и предложить пути их решения. ³⁹”

³⁸ 林惠春 政府关系决定企业生存和发展. 国际公关. 北京 2005 第6期 (Лин Хуэйчунь GR решает существование и развитие компании. Международная связи с общественностью. Пекин 2005 №6)

³⁹ Алексей Третьяков «Экспертный совет будет способствовать повышению эффективности принимаемых властью решений»//Вологодская области газета-красный север №242(27 022) , 24 декабря 2012

Поэтому предоставление экспертной информации - один из распространённых способов взаимодействия с органами государственной власти в Китае. Специалисты-эксперты действительно компетентны и обладают всесторонними свежими знаниями в своей области. Некоторые из них как “мозговые тресты” участвуют в работе комиссии или советов органов законодательной и исполнительной власти, либо же занимают должности в общественных организациях.

Кроме того, специалисты, как универсальные лидеры общественного мнения, часто высказывают свое мнение в СМИ (публичные статьи, интервью на радио или телевидение, выступление на конференциях или круглых столах и т. п.). Мнения экспертов по актуальным проблемам легко обращают внимание представителей органов государственной власти и общественности, а также влияют на продвижение проекта посредством участия в пресс-конференциях, публичных форумах, симпозиумах и пр.

GR-специалисты часто используют влияние экспертов на начальной стадии выпуска нового продукта или для презентации новой инициативы, способной с помощью СМИ эффективно оказать влияние на общественные взгляды. Одновременно они помогают значительно повышать репутацию компании в обществе. Это выгоднее обычной рекламы и паблисити.

Успешно используется в коммуникационном процессе и **поддержка политической деятельности**, которая является одной из наиболее распространенных лоббистских или GR-технологий.

В большинстве стран существуют ограничения на поддержку политических партий со стороны коммерческих компаний и отдельных граждан. Формы этой поддержки могут быть очень разнообразны и выражаться в виде информационной, добровольной и технологической поддержки во время выборов⁴⁰.

В отличие от демократических западноевропейских стран, где, как правило, правительство организуется партией, победившей на выборах, в Китае КПК - “партия власти” и занимает абсолютно доминирующую позицию, члены КПК получают абсолютное большинство мест в органах государственной власти. Другие восемь демократических партий не могут так же действенно контролировать и сдерживать власть. Осуществление политической деятельности фактически одной партией является важной особенностью проведения политики в Китае. Внутри КПК не хватает эффективного механизма самоконтроля⁴¹.

Следует отметить, что в то же время внутри КПК протекает межфракционная борьба на разных уровнях органов власти, особенно когда меняется руководство партии, органов, а также государства. Китайские компании втайне поддерживают нужды фракций КПК. В случае, если поддерживаемая фракция получает власть, компания может приобрести колоссальную выгоду.

⁴⁰ Добрынин Н.М. Теория и практика государственного управления, Новосибирск: наука, 2010 С. 168

⁴¹ 马国川 私企老板为何迷读“党校关系书”//人民网, 2005年12月29日 UCL : <http://edu.people.com.cn/GB/1055/3983955.html> (Ма Госуань Почему хозяйство частных компаний хотят поступить в партийной школе?//EDU.PEOPLE.COM Жинмин интернет дата обращения: 29.12.2005)

Однако существует опасность, что высокопоставленные партийные функционеры и госдеятели потеряют свои посты, и в этой ситуации у компании появляется риск стать фигурантом антикоррупционных расследований.

В 2012 г., в преддверии XVIII съезда КПК, наступило время жестокой межфракционной борьбы в руководстве КПК и смены высшего руководства партии и государства⁴². Бывший политический деятель, секретарь Чунцинского горкома Бо Силай проиграл в политической борьбе и был признан виновным. Одно из его обвинений: “Бо Силай оказывал покровительство Сюй Мину (Xu Ming), президенту Dalian Shide Group (китайская частная компания), и помог продвижению проекта по организации экскурсий на воздушных шарах и способствовал подаче заявки на финансирование нефтехимического проекта.

За это, как говорится в решении суда, Сюй Мин оплачивал расходы жены и сына Бо Силая, а также покупку ими недвижимости, в том числе, на Лазурном берегу во Франции. Общая сумма выплат данного рода составила 19,33 млн. юаней. Суд посчитал неубедительными доводы Бо Силая о том, что он ничего не знал о подобном финансировании расходов членов своей семьи”⁴³. Сюй Мин заручился поддержкой политиков и получил огромные политические и

⁴² Кашин В. Китайская перестройка: куда ведет страну новое руководство// FORBES UCL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/mir/247188-kitaiskaya-perestroika-kuda-vedet-stranu-novoe-rukovodstvo> дата обращения: 13.11.2013

⁴³ 薄熙来受贿、贪污、滥用职权案庭审纪实//新华网 27.08.2013 UCL: http://news.xinhuanet.com/legal/2013-08/27/c_117117320_2.htm (Документальная истина. Бо Силая брал взятки, коррупции и злоупотребление властью//XINHUANET.COM дата обращения: 27.08.2013)

финансовые ресурсы на заре развития его компании, но был взят под стражу из-за политического скандала Бо Силая, и умер в тюрьме 4 декабря 2015 года⁴⁴.

Создание отношений с партийной организацией, соблюдение “правильной” политической идеологии является методом поддержания политической деятельности, специфичной для Китая.

В конце 1990-х годов в результате экономической реформы значительная часть госпредприятий получила негосударственную, акционерную форму. Активное акционирование госпредприятий стимулировало их движение к модернизации. В процессе реформы многие руководящие кадры из КПК стали владельцами частных компаний. Вместе с тем в период 1989-2001 гг. развитие реформ затормозилось, что стимулировало владельцев частных компаний вступать в партию КПК⁴⁵. В 2001 году это развитие было восстановлено, но до сих пор многие члены КПК работают в различных частных фирмах.

Чтобы формировать доверие между частной компанией и местными органам государственной власти, в большинстве крупных частных компаний в Китае создаются партийные организации. Мелкие частные фирмы соединяются вместе и создают партийные организации, таким образом возник новый способ формирования первичных организаций КПК, когда в здании находится несколько компаний, а партийная организация одна.

⁴⁴ MICHAEL FORSY Chinese Businessman Linked to Corruption Scandals Dies in Prison// THE NEWYORKTIMES UCL:
http://www.nytimes.com/2015/12/07/world/asia/china-xu-ming-dies-prison.html?_r=0 DEC. 6, 2015
 (Майкл Форси. Китайский бизнесмен связан с коррупцией и умер в тюрьме, дата обращения: 06.12.2015)

⁴⁵ На собрание 80-летия основания КПК в 2001г. президент Цзян Цзэ мин открыто выразил того, что восстановление управления поступлениями в партию хозяйки частной компании

По данным газеты “Правда”, сейчас в Китае только лишь примерно у 30 % частных компаний нет партийных организаций КПК. Китайские GR-специалисты в частных компаниях обычно поддерживают связь с парткомом местных органов государственной власти. Налаживание регулярных связей партийных работников с предпринимателями, организация коллективных встреч друг с другом является для них важной работой.

Еще одним важным элементом комплекса GR-технологий является **корпоративная социальная ответственность.**

Корпоративная социальная ответственность (КСО Corporate Social Responsibility, CSR) - это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы⁴⁶.

Экономика и бизнес не могут развиваться отдельно от общества. В последнее время для того, чтобы создать прочную позитивную репутацию своего бизнеса в глазах власти и получить общественное признание, китайские частные компании уделяют больше внимания своим социальным программам.

Основные направления включают в себя: поддержку сотрудников и их семей; предоставление материальной или финансовой помощи в виде благотворительности; заботу о малообеспеченных; защиту окружающей среды; финансовую и др. помощь нуждающимся; спонсирование деятельности или команд на различных соревнованиях регионального и мирового масштаба и т. п.

⁴⁶ Кузнецов И. Н. Бизнес-этика. М.: Дашков и К., 2007.

Изначально в Китае не существовало понятие КСО. В канун реформ 1978 г. государство являлось собственником предприятий. Рабочие принимались на предприятие по административному направлению на всю жизнь. Через представителя партии централизованно решались их потребности в жилье, страховании, образовании детей, социальном обеспечении и другие социальные вопросы⁴⁷.

До сих пор большинство китайских государственных предприятий обременены огромным числом не занятых в производстве людей, которым должны выплачивать деньги. Кроме того, существование социальных программ в Китае принуждает предприятия к их финансовой поддержке. Для таких компаний, в свою очередь, подобные расходы записываются в балансе как нецелевые расходы.

Это означает, что эти дополнительные расходы не приносят прибыль, акционеры получают меньше дивидендов. Проблема заключается и в том, что китайские частные компании не хотят отвечать за свои социальные обязанности и неправильно понимают феномен социальной ответственности.

По данным британской организации Charities Aid Foundation (CAF), страна находится в последней десятке рейтинга мировой благотворительности (140-е место в 2011 году)⁴⁸.

КСО появилось в результате недавней интеграции Китая в экономические отношения с развитыми странами Европы и Северной Америки. Некоторые

⁴⁷ David Bray Social Space and Governance in Urban China. Stanford University Press, 2005, С. 3. (Дэвид брей Социальное пространство и управление в городах Китая. Стэнфорд Университетская издания 2005. С 3)

⁴⁸ Кутелева А. Благотворительность в Китае: поиски гармонии //MAGAZETA.COM <http://magazeta.com/2013/02/charity/> дата обращения: 18.02.2013

компании осознали своё воздействие на макроэкономический регион, в котором они функционируют, и жизнь общества напрямую связана с деятельностью бизнеса.

Практика показала, что до сих пор в Китае государственные предприятия зачастую проявляют большую заботу о своих рабочих, чем частные компании⁴⁹. Китайские частные компании зачастую считают, что эта деятельность входит в область ответственности государства. Некоторые государственные предприятия изменили прежнюю политику в ходе создания «системы современных предприятий» и стали руководствоваться рыночными принципами.

На сегодняшний день КСО активно развивается в Китае, и количество благотворительных организаций стремительно растет. Не только частные компании хотят привлечь внимание общества к своей репутации, но и государственные учреждения поддерживают развитие благотворительности. По статистике, около 60% от общей суммы благотворительных средств — это отчисления частных предприятий.

Наконец, эффективной GR-технологией выступают и **медиарилейшнз**.

В начале XX века, после появления радио и телевидения, получение информации перестало быть привилегией меньшинства. В последние годы неотъемлемой частью системы средств массовой коммуникации стал и Интернет. По данным исследований, 65 % всей деятельности по связям с общественностью осуществлялось с помощью СМИ. Остальные 35 % реализуются в рамках иных

⁴⁹ Алехин А. В. «Корпоративная социальная ответственность в Китае» Московский государственный университет им. Ломоносова// LOMONOSOV-MSU.RU http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/03/x-aleksey@rambler.ru.doc.pdf

коммуникационных направлений деятельности, например, с помощью разработки и проведения различных мероприятий, конференций, презентаций, встреч и т.д.⁵⁰.

Ряд GR-специалистов считают, что GR «предусматривает работу, прежде всего, в информационной сфере»⁵¹. В процессе осуществления деятельности GR особенно эффективно использование СМИ.

Медиарилейшнз (MR – Media Relations) – взаимоотношения со средствами массовой информации для того, чтобы создать медийный образ организации, позитивные взаимоотношения между СМИ и организацией. Медиарилейшнз также являются значимой GR-технологией. Это обусловлено тем, что СМИ считаются одним из эффективных средств воздействия на общественное мнение и потому играют важную роль в GR-коммуникации.

Основная причина важнейшей роли СМИ в GR-деятельности сводится к тому, что государственное управление основано на принятии политических решений. Для политики требуется информационное обеспечение, а также конкретные исходные данные.

В силу особенностей СМИ государственные служащие с их помощью легче собирают нужную информацию и данные. С другой стороны, СМИ не только формируют общественное мнение у рядовых граждан, у приоритетных групп, но и помогают существенно увеличить публичный капитал. Соответственно,

⁵⁰ Нестеренко, Ф. Б. [и др.] Журналистика. Реклама. Паблик Рилейшнз. Луѓат. Маълумотнома (1700 та атама).

⁵¹ Ачкасова В.А. Лоббирование и GR: точки профессионального пересечения. Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимоотношения общества и власти/ под ред.В.И.Быкова, Л.Н. Гааленской, Л.В. Сморгунова. СПб.: СКФ<<Россия-Нева>>, 2006. С.106)Зарќалам, 2003. С. 172.

сформированное общественное мнение постоянно влияет на принятие политических решений представителями государственной власти.

Таким образом, GR-специалисты способны повлиять на принятие политических решений через «налаженную систему информирования органов государственной власти посредством соответствующих публикаций в СМИ»⁵².

По данным eMarketer, в 2015 г. ежедневно китайские взрослые пользователи тратили 6 часов 8 минут на все виды СМИ.

Соотношение использования разных видов СМИ представлено на рис. 2.1⁵³,
рис. 2.2 ⁵⁴ :

	2011	2012	2013	2014	2015
Цифровая	35.8%	40.5%	45.4%	48.5%	50.4%
Мобильные	15.4%	21.0%	26.9%	30.7%	32.9%
-смартфон	7.3%	12.5%	16.3%	18.8%	20.3%
-планшет	1.7%	3.4%	6.5%	8.4%	9.5%

⁵² GR и лоббизм /под редакцией В.А.Ачкасовой, И.Е.Минтусов, О.Г.Филатовой; Москва: Юрайт, 2015. С.97

⁵³ Emarketer report “Share of Average time spent per day with major media by adults in China 2011-2015” //EMARKETER UCL:
<http://www.emarketer.com/Article/Digital-Accounts-Over-50-of-Time-Spent-with-Media-China/1012618> (Emarketer Исследование про ежедневно китайские взрослые пользователи тратили среднее количество на все виды СМИ в течение 2011-2015 дата обращения: дата обращения: 17.06.2015)

⁵⁴ Emarketer report “Average time spent per day with major media by adults in China 2011-2015” // //EMARKETER UCL:
<http://www.emarketer.com/Article/Digital-Accounts-Over-50-of-Time-Spent-with-Media-China/1012618> ((Emarketer Среднее время потраченное за день на использование оставных видов СМИ китайякими взрослыми пользователями дата обращения: 17.06.2015)

-мобильник	6.4%	5.1%	4.1%	3.5%	3.1%
ноутбук	20.4%	19.4%	18.6%	17.8%	17.4%
Телевидение	55.5%	51.7%	47.6%	45.1%	43.6%
Радио	3.7%	3.6%	3.4%	3.2%	3.1%
публикация	4.9%	4.3%	3.6%	3.2%	2.9%
газеты	4.4%	3.9%	3.2%	2.8%	2.6%
журналы	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%

(китайские пользователи старше 18 лет, источник: eMarketer 06.2015)

Таблица 2.1 доклад « Процентное соотношение трат китайского взрослого пользователя ежедневно на все виды СМИ в течение 2011-2015 ».

Таблица 2.1 показывает, что ежедневно китайские взрослые пользователи тратили 6 часов 8 минут на все виды СМИ.

В течение пяти лет расход времени на использование цифровых технологий у китайских пользователей повысился на 14.6% - с 35.8% до 50.4%. В 2015 г. время, потраченное на просмотр информации в смартфоне у китайских пользователей, повысилось с 7.3% до 13 %, на что китайские GR-специалисты обращают особое внимание.

	2011	2012	2013	2014	2015
телезрители	93.5%	93.8%	94.2%	94.5%	94.8%
пользователи компьютера	37.5%	40.7%	43.4%	44.8%	46.0%

пользователи смартфонов	16.6%	27.1%	34.5%	40.0%	43.1%
пользователи мобильных телефонов	51.2%	47.8%	45.8%	43.3%	42.0%
читатели публикаций	34.0%	33.0%	30.0%	28.0%	26.5%
читатели газет	12.1%	11.4%	10.8%	10.3%	10.0%
читатели журналов	33.0%	32.0%	29.0%	27.0%	25.5%
пользователи планшетов	6.3%	9.1%	16.3%	19.7%	22.3%
слушатели радио	16.7%	17.0%	17.5%	17.7%	17.8%

(китайские пользователи старше 18, источник: eMarketer 06.2015)

Таблица 2.2 Соотношение в использовании разных основных видов СМИ

В 2015 году телевидение по популярности использования заняло 1 место с результатом 94.8% и намного опережает другие виды СМИ, но тенденция времени пользования ТВ начинает постепенно снижаться.

Итак, можно прийти к выводу, что разные сферы СМИ активно используются китайскими пользователями, и сила их воздействия оказывается глубокой и широкой. Они могут управлять настроением в обществе и формировать общественное мнение.

Тем не менее, GR-специалисты, используя медиарилейшинз, действуют осторожно. Причина в том, что GR-специалисты не могут использовать любую информацию, которая способна навредить политической, социальной

стабильности или угрожает верховному правлению КПК. В связи с этим управление общественным мнением и информацией является важнейшей работой китайских органов государственной власти.

В условиях современной КНР деятельность СМИ жестко контролируется единым и монолитным государством. Фактически массмедиа воздействуют на пассивную аудиторию в интересах власти.

21 февраля 2016 года на совещании КПК по «вопросам информации и общественного мнения» генеральный секретарь ЦК КПК и председатель Центрального военного совета Си Цзиньпин заявил, что «все СМИ, находящиеся под управлением КПК, должны доносить волю компартии и её предложения, защищать сплоченность партии и её авторитет»⁵⁵. Между тем с позиций политической науки и политической практики в условиях демократического режима СМИ должны выступать «представителями гражданского общества», призванными представлять интересы этого общества и осуществлять контроль наряду с законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти.

Отсюда следует независимость статуса средств массовой информации, которые не должны принадлежать властным структурам.

В отличие от демократических стран в Китае осуществляется государственная монополия на прессу, телевидение, радиовещание и Интернет. В этих обстоятельствах GR-специалисты используют медиарелейшинз только для того,

⁵⁵ Международная панорама Си Цзиньпин: государственные СМИ Китая должны "позитивно" освещать события//TASS.RU UCL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2684745> дата обращения: 20.02.2016

чтобы распространить влияние компании и привлечь большое внимание органов государственной власти. Главное направление деятельности медиариелейшинг - это получение более эффективных ресурсов от власти, а не участие в политической или избирательской компании.

Промежуточный вывод

Среди стратегий взаимодействия с органами государственной власти связаны с китайской спецификой очевидными GR-технологиями являются:

- Стать депутатами на СНП или ПКС на разных уровнях - это самый прямой метод для создания политической связи.
- Брать на должность в общественные организации, например, в торгово-промышленные союзы, союз молодежи, или союз женщин и т.д., чтобы налаживать контакт с органами государственной власти
- Участие в партии КПК.
- Приглашения бывших членов государственной власти, руководителей государственных предприятий, представителей СНП или ПКС на работу или консалтинг

В итоге, Успешное продвижение бизнеса компании на китайском рынке зависит от отношения с органами государственной власти.

2.2 GR-технологии в современной Интернет-сфере в КНР

В течение последних 20 лет происходит быстрое развитие информационных технологий, а постепенное появление новых средств коммуникации оказывает существенное влияние на взаимодействие между бизнесом и властью, стимулирует его становиться более прозрачным и эффективным.

Очевидно, что Интернет является оперативным инструментом для распространения информации. Он обладает большим количеством преимуществ, чем традиционные коммуникационные виды СМИ.

Посредством Интернета осуществляется двусторонняя коммуникация, органы государственной власти получают возможность напрямую передавать обществу информацию о деятельности правительства. Граждане тоже имеют возможность лично обратиться к представителям органа государственной власти или воздействовать на политические решения.

Таким образом, эти преимущества Интернета являются дополнением к традиционным способам связи с органами государственной власти. GR-специалисты могут использовать эти преимущества, когда занимаются установлением связей с органами государственной власти.

С точки зрения Чарльза Мака, известного американского исследователя и практика по направлению GR, появление новых информационных технологий в GR-сфере постоянно усложняется и развивается, с другой стороны, стимулируются новые возможности влияния на политический процесс⁵⁶.

В настоящее время многие государственные органы имеют собственные Интернет-сайты и адреса электронной почты. Информация, заказы и т. д. могут распространяться посредством собственного Интернет-сайта.

⁵⁶ Mack C. Business, Politics, and the Practice of Government Relations. Quorum Books. London 1997 (Мак С. Бизнес политика и практика связи с общественностью в политике. Кворум Книги. Лондон. 1997)

У западных авторов существует мнение, что «Интернет использовать проще, чем обычную библиотеку, поскольку здесь достаточно буквально пошевелить пальцем»⁵⁷.

В данном случае Интернет для GR-специалистов за рубежом является основным инструментом поиска необходимой информации и данных о деятельности, информированности о системе власти, анализа рынка, потребительских предпочтений и т. п. Следует отметить, что сайты органов государственной власти выполняют функцию информационного обеспечения, но не используют возможности интерактивной связи. Практика GR показывает, что в целях более эффективного распространения информации внедрение обратной связи коммуникации (электронная почта, online-конференции, форумы, чаты) сегодня остро необходимо.

В настоящее время электронная почта является более надежным и эффективным видом связи с органами государственной власти, чем телефонные звонки.

Так, в учебнике «GR и лоббизм» выделяется три основных направления GR-деятельности посредством Интернета⁵⁸:

- 1) использование Интернета в качестве информационного ресурса;
- 2) прямое информационное давление на органы власти через Интернет;
- 3) личное компьютерно-опосредованное общение с людьми, принимающими решения в органах государственной и муниципальной власти.

⁵⁷ Ньюсом Д., Терк Дж., Крукеберг Д. Указ. С. 182.

⁵⁸ GR и лоббизм... С.114

Масштаб и скорость развития, распространение и популярность Интернет-технологий в Китае вырастают в глазах государственных деятелей Китая. За последний год государственное руководство КНР обращает большое внимание на развитие высокотехнологичных отраслей, таких как программа “Интернет+”, которую премьер Госсовета КНР Ли Кэцян представил в докладе о работе правительства. Это также дает хороший шанс для развития GR-коммуникаций в современной Интернет-сфере. Использование преимуществ интернета может вдохнуть новую жизнь в традиционную GR-отрасль.

Стоит отметить, что власти КНР всегда усиливают контроль за распространением информации в Интернете. Министерство промышленности и информатизации КНР контролирует распространение информации через печатные средства, телевидение, радиовещание и Интернет. На примере, в КНР действует целая система “Золотой щит”-уникальная система фильтрации контента для того, чтобы блокировать доступ к некоторым иностранным сайтам или блокировать их сервисы. Помочь государственные организации «по борьбе с нежелательным для правительства информационным воздействием в Интернете»⁵⁹. Изданиям также предписывается публиковать материалы в сети на условиях строгой самоцензуры, а для дополнительного контроля все новости, статьи и видео будут мониториться местными органами власти»⁶⁰.

С одной стороны, речь идет, о том, что «прозрачность и полная открытос

⁵⁹ Ачкасова В.А., Володина Л.В. (ред.) Связи с общественностью как социальная инженерия СПб.: Речь, 2005.

⁶⁰ Почему в Китае запрещают все иностранные онлайн-издания// LENTA.ru Интернет и СМИ// UCL: <https://lenta.ru/articles/2016/02/20/chinacloseinternet/> дата обращения: 20.20.216

ть информации», с другой стороны, «развитие информационных технологий, повышающих информационную и идеологическую уязвимость политической системы, вызывает ответную реакцию властных структур, выражающуюся в усилении контроля всеми методами»⁶¹.

Таким образом, отношения между органами государственной власти и частным бизнесом являются тонкой и сложной игрой, которой в значительной степени управляют GR-специалисты. Органы государственной власти внимательно следят за происходящим, пытаясь контролировать общественное мнение в Китае. Напротив, GR-специалисты работают в частных компаниях и поэтому стремятся к максимальной реализации интересов своей компании.

Безусловно, перспективы и риски существуют одновременно. Интернет постепенно меняет жизнь людей, поскольку его аудитория не ограничена территориально, а возраст этой аудитории - самый разный.

В настоящий момент именно они являются средством эффективного распространения пропаганды, информационной поддержки и самыми быстрыми каналами передачи контента. Для лучшего формирования GR-коммуникации, GR-специалисты должны использовать преимущества Интернета.

В то же время, GR-специалисты должны внимательно управлять информацией, распространяемой пользователями, и оберегать общество от распространения слухов, особенно негативных (например, касающихся власти). При необходимости, GR-специалисты пишут позитивные вещи о властях, чтобы засл

⁶¹ Ачкасова В.А., Володина Л.В. (ред.) Связи с общественностью как социальная инженерия СПб.: Речь, 2005.

ужить доверие органов государственной власти.

GR-технологии в эпоху социальных медиа в Китае

В настоящее время и для бизнес-структур, и для органов государственной власти становится понятна важность присутствия в социальных медиа. Более того, социальные медиа становятся инструментом координации для политических движений по всему миру. Почти все информационные технологии можно реализовывать при правильном использовании социальных сетей.

Понятие «социальных медиа» появилось сравнительно недавно, по сравнению с рядом новых технологий и Интернет-ресурсов. Пока понятие «социальных медиа» до конца научно не проработано, тем не менее термин имеет хождение в среде Интернет-профессионалов. В статье “Виды социальных сетей: классификация и представители” социальные медиа сгруппированы в соответствии с их основным функционалом, чтобы помочь людям разобраться в различных вариациях этого феномена⁶². Социальные сети для общения (Relationship networks) – сегодня самые популярные и востребованные социальные медиа.

Для использования социальных медиа пользователям не требуется специальных навыков или знаний, и услуги большинства этих сайтов предоставляются бесплатно или почти бесплатно. Любой человек может стать их пользователем после регистрации по электронной почте или номеру телефона.

⁶² Виды социальных сетей: классификация и представители//DARKSITEOFMARKETING.COM, UCL: <http://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html>

В сравнении с традиционными СМИ социальные медиа обладают существенными преимуществами: бесплатное или дешевое пользование, быстрота распространения информации, возможность напрямую выражать свое мнение. Сила социальных медиа заключается в их открытости и прозрачности. Другой значимой причиной популярности этого вида коммуникации является тот факт, что большинство пользователей используют внутренний круг знакомств в качестве фильтра для отбора нужной им информации.

Результатом этого процесса становится “восприятие социальных медиа как долгосрочных инструментов, которые укрепляют гражданское общество и публичную сферу”⁶³. Контент сервиса на видео-сайте, файлообмен в социальной сети, протестная музыка, публикация информационных сообщений в формате СМС и празднование небольших по масштабу событий могут рассматриваться как аспекты политической жизни.

Безусловно, перспективы и риски существуют одновременно. Социальные медиа постепенно изменяют политическую жизнь, поскольку в настоящий момент именно они являются средством эффективного распространения пропаганды, информационной поддержки и самыми быстрыми каналами передачи контента. С другой стороны, они способны приносить не только пользу, но и вред, т.к. “авторитарные режимы сами начинают использовать эти инструменты для борьбы с диссидентами.”⁶⁴.

⁶³ Балуев, Д.Г., Новоселов А.А. Роль «новых СМИ» в современных политических процессах, Нижегородский государственный университет, Нижний Новгород, 2012. С.40

⁶⁴ Там же.

Более того, социальные медиа играют значимую роль в организации террористических актов, поскольку их аудитория не ограничена территориально, а возраст этой аудитории самый разный. В то же время, социальные сети в определенной степени используются для проведения “негативных” компаний, продвижения популистской риторики.

В Китае органы государственной власти стремятся ограничить доступ к нескольким наиболее популярным мировым социальным сетям, поэтому большинство GR-специалистов стремятся использовать преимущественно известные китайские социальные медиа.

По данным «Доклада развития социальной медиа в Китае в 2015 году»⁶⁵, опубликованного Kantar, медиа-пользователи социальных сетей имеют тенденцию к быстрому росту. Социальные медиа становятся ведущим направлением медиа. Процент социальных медиа-пользователей среди городского населения поднялся с 28.6% в 2013 г. до 34% в 2014 г. При этом самыми популярными социальными сайтами являются: Wechat (мобильная коммуникационная система для передачи текстовых и голосовых сообщений) - 71.8% пользователей, Qzone (блог) - 53% пользователей и Sina Weibo (микроблог) – соответственно 30%.

По данным проекта «Исследование данных на платформе Wechat»⁶⁶, количество аккаунтов WeChat к декабрю 2015 года составило 1 миллиард, а число

⁶⁵ 凯度 凯度 2015 中国社交媒体影响报告 北京, 2015 (Kantar Доклада развития социальной медиа в Китае в 2015 году, Пекин, 2015)

⁶⁶ 腾讯科技研究院 2015 年微信平台数据研究报告. 深圳 2015 (Научно-исследовательский институт именно Tencent Исследование данных на платформе Wechat в 2015г. Tencent, Шеньчжэнь, 2015)

активных пользователей достигло 650 млн. человек (почти все они находятся в Азии)”⁶⁷.

Официальные аккаунты являются одной из основных услуг Wechat. Базовые функции позволяют публиковать новости и статьи, или продвинуть свой товар или сервис. 80 % пользователей Wechat подписываются на официальные аккаунты. До сих пор 18.9 % официальных аккаунтов пользователей являются частными предприятиями. Органы государственной власти на разных уровнях открыли более 40,000 официальных аккаунтов для того, чтобы создать систему прямых контактов с обществом.

Кроме Wechat, широкие возможности открытого обмена мнениями на социальной Интернет-площадке представляет своим пользователям Sina Weibo. Люди не только подписываются на официальные аккаунты органов государственной власти или частных компаний. В настоящее время более 80 тысяч органов государственной власти и правительственных чиновников, 400 тысяч компаний открыли свои официальные аккаунты. В определенном смысле, сервис Weibo предоставил своим пользователям площадку для социальных и политических дискуссий и возможность открытого обмена мнениями.

В этой ситуации китайские GR-специалисты выработали ряд рекомендаций по установлению и поддержанию взаимоотношений с социальными медиа:

Важнейшее направление GR-деятельности - создание официальных аккаунтов в различных социальных сетях. Разные социальные сети

⁶⁷ SCS GROUP WeChat как инструмент маркетинга в : 3 важных момента, которые нужно знать//SCSG.RU

UCL: <http://www.scsrg.ru/ru/blog/wechat-i-marketing-3-vazhnykh-momenta-kotorye-nuzhno-znat/>
дата обращения: 17.02.2016

объединяют и ориентируют разные группы пользователей. Необходимо каждый день публиковать посты и обновления, побуждающие людей к личному взаимодействию с аккаунтами компаний. Создание группы в социальной сети нужно для того, чтобы пользователи могли обсуждают любые вопросы. В результате GR-специалисты смогут быстрее собирать рекомендации и отзывы. Это очень важно, поскольку для принятия оптимального решения просто необходимо руководствоваться общественным мнением. Помимо этого, компании также могут создавать системы мониторинга и рекомендаций, оперативно реагируя в том числе и на недовольные отзывы.

Например, у одной из самых крупных IT-компаний “Alibaba” есть свой официальный аккаунт в социальной сети Weibo (миниблог). Каждый день там публикуются посты и новости компании.

23 января 2015 г. отделение Интернет-мониторинга государственного промышленно-торгового административного управления (State Administration for industry and commerce of the People's republic of China SAIC) опубликовала доклад «Результаты проверки направленности Интернет-товаров во втором полугодии 2014 года»⁶⁸. Была проведена оценка образцов из 92 партий различных товаров, которая показала, что образцы из 54 партий (58.7% от общего количества) являются подлинными, а доля поддельных продуктов составляет 41.3%. Среди 92 образцов 51 единиц товара с Taobao (торговый сайт Alibaba, едва достигает только 37.25%.

⁶⁸ 中华人民共和国国家工商行政管理总局网络监察司《2014年下半年网络交易商品定向检测报告》北京 23.01.2015 (Отделение интернет-ревизии SAIC «Результаты проверки направленности интернет-товаров во второе полугодие 2014 года», Пекин 23.01.2015)

После публикации доклада, один работник из компании Таобао опубликовал открытое письмо в официальном аккаунте Alibaba в Weibo, в этом письме заявил, что согласно приказу 61 статьи 17 «сфера обращения, качество продукта и метод выборочной проверки»⁶⁹ SAIC, выборочная проверка должна гарантировать право на обжалование повторной проверки. Но управляющие Интернет-надзором заявили, что существуют нарушения. Общее количество товаров Таобао составляет более 10 миллиардов, но выборочной проверкой было отобрано лишь 51.

Для того чтобы быстро откликнуться на эту проблему с органами государственной власти, GR-специалисты используют социальные сети, в особенности быстрое распространение событий вызвало диссонанс в обществе. Заголовок "Сотрудники Таобао бросили вызов главному управлению по промышленности" превратился в наиболее обсуждаемый вопрос с 976,000 просмотрами в weibo. Если в поисковой системе Google ввести запрос "Таобао и управление промышленности", можно будет обнаружить 454,000 Интернет-страниц. Если ищут "Таобао и SAIC" в Weibo, то существует в 16 особо обсуждаемых тем, с количеством просмотров 3.148 миллионов. Встречаются следующие хэштеги:

⁶⁹ 国家工商行政管理总局令第 61 号《流通领域商品质量抽查检验办法》第 17 条 (приказа по SAIC 61 статьи 17 «сфера обращения, качество продукта и метод выборочной проверки»)



таблица 2.3 количество участников дискуссии “Alibaba vs SAIC” в социальной сети Weibo.

#таобао бросает вызов управлению промышленности (40.000 просмотров)
 #таобао жалуется на директора управления экономикой (8771) #таобао жалуется на директора управления промышленности Лю Хунляна (5081) #таобао ведёт огонь против управления промышленности (943) #таобао объявляет войну управлению промышленности (1152) #таобао бросает вызов управлению промышленности (970.000) #таобао воюет с управлением промышленности (8122)
 #официальная жалоба Таобао на управление промышленности в департамент сетевого надзора (1518) #официальная жалоба Таобао на управление промышленности (237) #таобао собирается жаловаться на начальника управления промышленности (200) #таобао подал в суд на управление промышленности (563)

#Джек Ма ведёт полемику с управлением промышленности (184) #управление промышленности vs Таобао (2100000) #поддержи управление промышленности в ударе против подделок Таобао (1172) ⁷⁰.

Из этого большого количества можно обнаружить, что есть лишь один хэштэг, поддерживающий государственную структуру, к тому же количество просмотров всего лишь 1172. Самая читаемая тема #управление промышленности vs Таобао (2100000), поэтому все иллюстрации, содержащие иероглифы “отказался фальсифицировать”, были удалены.

Но другие, поддерживающие Таобао темы, все ещё могут отображаться. Внутри компании Alibaba есть эффективный механизм по мониторингу общественного мнения, по мере необходимости он реагирует на дискуссии на различных форумах, сообществах и на мнения простых людей на Интернет-порталах, и своевременно исследует общественное мнение, чтобы скорректировать свою стратегию в связях с общественностью.

Благодаря эффективным средствам GR-коммуникации компании Alibaba, социальные пользователи ориентированы на общественные мнения. По данным опроса, который "Sina technologies" создал на платформе социальной сети Weibo ("Война управления промышленностью против Таобао, кого поддерживаешь ты?"), люди все же больше поддерживали Таобао⁷¹.

⁷⁰ 微博话题搜索 “淘宝 工商总局” 2015 UCL:

http://s.weibo.com/apps/%25E6%25B7%2598%25E5%25AE%259D%2B%25E5%25B7%25A5%25E5%2595%2586%25E6%2580%25BB%25E5%25B1%2580&page_interest=weihuati_zhuchi

(Хэштэги дискуссии в социальной сети Weibo “Alibaba SAIC” дата обобщения: 2015)

⁷¹ 新浪科技 淘宝“大战”工商总局: 网友支持淘宝多过工商//SINA.COM 北京 29.01 2015 UCL:

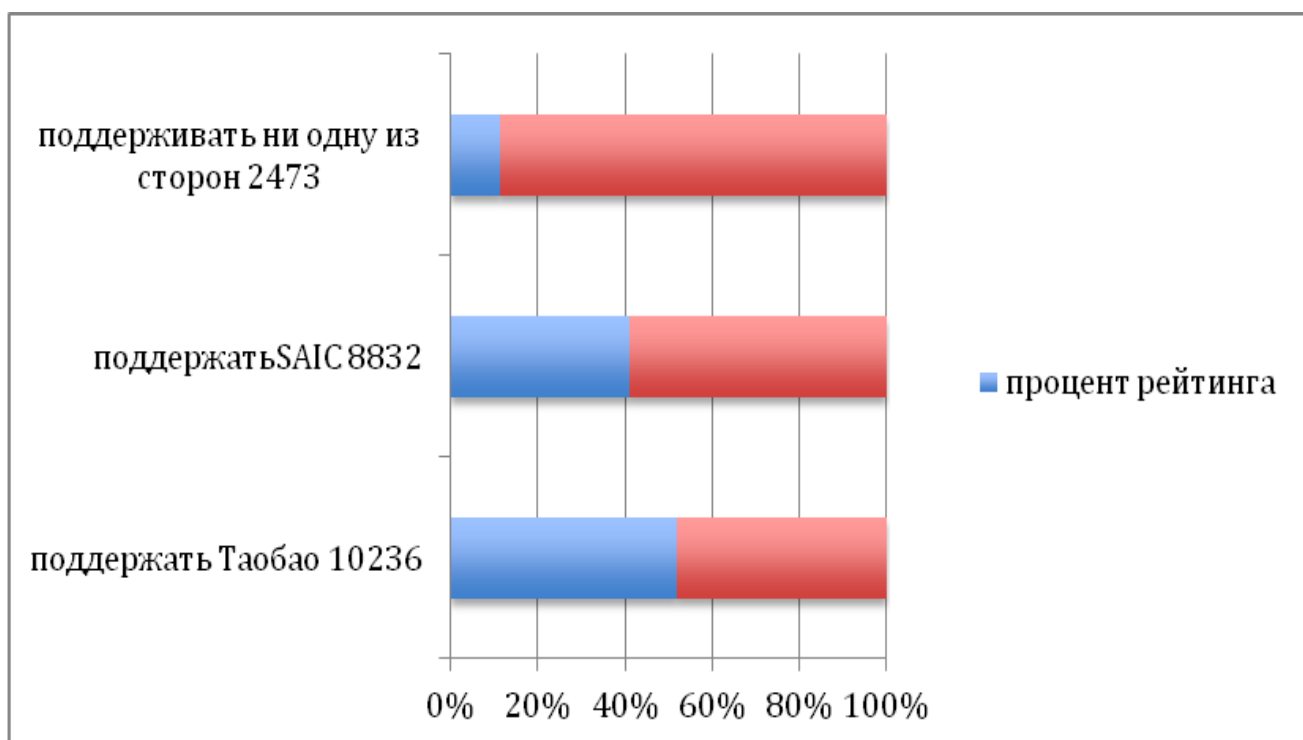


Таблица 2.4 результат опроса “ Война управления промышленностью против Таобао, кого поддерживаешь ты? ”

До 29 января 2015 г. в опросе приняли участие 21.515 человек. В общей сложности 10236 поддержало Таобао, считая, что выборка управления промышленностью неразумна (это составило 46,7%), 8832 человека поддержало управление промышленностью (это составило 41%), есть ещё 11,4% человек, которые не поддерживали ни одну из сторон. В общественных массах сформировалось определенное мнение, и пиар Alibaba добился своего успеха в формировании общественного мнения.

Промежуточный вывод

Прогрессы Интернет-технологий помогают развитию GR, GR-коммуникации

<http://tech.sina.com.cn/i/2015-01-29/doc-iawzunex9513812.shtml> (Sina tech Борьба Таобао с SAIC: интернет-пользователи поддерживают Таобао более чем управлению//SINA.COM Пекин дата обращения: 29.01.2015)

становятся более эффективными, иногда быстрее достигая желаемых результатов. Безусловно, перспективы и риски существуют одновременно. Особенно в китайской традиционной системе. Лавирование между интересами компании и власти - это одна из проблем для GR-специалистов.

GR-коммуникации в современной Интернет-сфере имеют “китайскую специфику”. Правительство Китая обладает одной из самых совершенных систем ограничение доступа к ресурсам Интернета, которая включает политическую цензуру. GR-специалисты должны обращать большое внимание на материалы, которые публиковали сами компании на сайте. Нельзя оказывать негативное влияние на общественное мнение. Особенно в социальной сети, так как это площадка для свободного обмена мнениями, GR-специалисты должны найти золотую середину между интересами своей компании и желанием угодить правительству.

Вывод к главе 2.

Основными GR-стратегий являются: прямое взаимодействие с органами государственной власти; поддержка политической деятельности; КСО и медиарилейшз. На новом этапе развития GR, интернетом тоже является важным инструментом. GR-менеджеры, которые работают в частной компаний в Китае, они не только хорошо научат GR-стратегии на основании европейской или американской теории, но и одновременно сами найдут GR-стратегий с “Китайской спецификой”.

В отличие от европейской рыночной экономики, китайская социалистическая рыночная экономика находится под руководством правительства, а не рынка. Это

значит, что действия китайских предприятий ориентированы на правительство, а не на рынок. Разными является использование GR-технологии в Европе и в Китае.

С точки зрения китайских учёных, процесс перестройки системы, если прямо переложить передовую систему политики и экономики на современный Китай, легко приведет к разбалансированности порядков в обществе.

На самом деле, такая тенденция также проявит GR-деятельность, которую осуществляет большинство GR-специалистов, работающих в китайских частных компаниях. Поэтому существование нескольких основных стратегий взаимодействия с органами государственной власти связано с китайской спецификой.

Глава 3. Анализ опыта использования GR-стратегий частными ИТ-компаниями в КНР

3.1 Использование GR-стратегий в рамках проекта “электронное правительство”.

Для ИТ-компаний в Китае одним из самых жестких конкурентов на новом рынке является “электронное правительство”. Китайское электронное управление во время планирования двенадцатой пятилетки подчеркнуло, что в период двенадцатой пятилетки охват услуг информатизации центральных и провинциальных правительственных ведомств превысил 85%, в городах и округах в среднем разница достигла 50%, 70% и выше⁷². В то же время, под влиянием облачных вычислений, больших объемов данных, новых технологий, таких как информационная безопасность, системы электронного управления программ парткомов, ВСНП, правительств, НПКСК, военных и других правительственных ведомств электронное управление будет горизонтально распространяться и вертикально углубляться.

По данным «Отчета 2014 – 2018 гг. по результатам исследования анализа рынка электронного управления Китая, а также тенденции его развития»⁷³, в 2013 г. общий объем инвестиций в электронном управлении Китая составил 1, 634.20 млн

⁷² 姜红德 “十二五”电子政务的新时代特性//中国信息化, 2010 (16): 20-21 (Цзян Хундэйв период двенадцатой пятилетки, новые особенности электронного управления//Китайская информационность 2010 Сер.16 С 20-21)

⁷³ 《2014-2018 年中国电子政务市场分析预测及发展趋势研究报告》中国产业信息网 北京 2014 (Китайская промышленно-информационный сайт Отчет 2014 – 2018 гг. по результатам исследования анализа рынка электронного управления Китая, а также тенденции его развития . Пекин 2014)

юаней, и, таким образом, с 2009 г. совокупный среднегодовой темп роста составил 17,35%. В период с 2014 по 2018 гг. всеобщий объем инвестиций в электронное управление будет поддерживать темп роста в 15% и выше. в 2018 г. общий объем инвестиций рынка электронного управления превысит \$ 5.2 миллиардов долларов.

Именно поэтому для получивших выгодные государственные заказы в сфере “электронного управления”, в результате часто бывают изнурительные конкурсные баталии между IT-компаниями.

Власти являются непосредственным потребителем и клиентом, стоя перед лицом огромного китайского рынка электронного управления. В Китае отечественные и зарубежные IT-компании придают большое значение связям с государственными структурами и стремятся к сотрудничеству с правительством.

В Китае появилось несколько частных IT-компаний, налаживающих стабильные связи и хорошо взаимодействующих с органами государственной власти. Эти частные IT-компании приносят большую прибыль в отрасли электронного управления, но методы использования GR-технологий разные.

А. создание непосредственных персональных контактов с представителями органов власти.

1) взаимодействие с компаниями, обладающими непосредственными контактами.

У большинства частных IT-компаний, главные клиенты которых - это органы государственной власти, есть непосредственные персональные контакты с

представителями органов власти. Например, это IT-компании “Digital China”, “Inspur”, “Founder Group” и так далее.

Это обусловлено тем, что предыдущими воплощениями этих частных IT-компаний являлись государственные предприятия, или они находились под контролем государственных служащих из министерства промышленности и торговли. Они стали частными компаниями посредством реформы госпредприятий ⁷⁴. Перед реформой компании находились под прямым руководством органов государственной власти. Позже GR-специалисты и высокие начальники знакомились с представителями органов государственной власти. После реформы, для этих настоящих компаний заново завести непосредственные связи с органами государственной власти легче, чем для остальных обычных частных IT-компаний. Положение для них удобнее, хотя без конкурентоспособной продукции услуг. Они могут получить банковские кредиты и поддержку правительственных учреждений.

Для тех IT-компаний, у которых есть конкурентоспособная продукция и технологии, но нет прямых политических связей с властями, часто выбор падает на такие частные компании (бывшие государственные компании) для взаимодействия, чтобы использовать их политические связи, и они развивают бизнес в отрасли электронного управления. К примеру, с 2014 года, “Alibaba

⁷⁴ 张卓元 新世纪国有企业改革面临的六个问题, “企业家与专家高层论坛: 国企改革新思路学术研讨会”, 2001 (Чжан Жоюань шесть проблемы о реформе госпредприятия, саммит эксперты: научный симпозиум о реформе госпредприятия, 2001)

Cloud Company” взаимодействует с “Inspur” , вместе проторяя пути на рынки электронного управления⁷⁵.

Китайская частная IT-компания “Inspur” раньше находилась под руководством Шаньдунского управления государственного имущества (State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the Province Shandong). Члены государственной власти на центральном и местном уровнях часто посещают компанию. Председатель правления “Inspur” является членом КПК, депутатом ВСНП, заместителем начальника бюро бывшего научно-исследовательского электронного института в провинции Шаньдун.

“Alibaba Cloud Company” в поисках прибыли стремятся расширить свое присутствие в отрасли “электронного управления”. По сравнению с компанией “Inspur”, “Alibaba Cloud Company” имеет высокие технологии “облачных вычислений”, “Big Data” и т. д., но связей с органами государственной власти недостаточно. Через взаимодействие с компанией “Inspur” они могут создать непосредственные персональные контакты с представителями органов власти.

На данный момент, в “Alibaba Cloud Company” специально существует три команды, занимающиеся связью с правительством, и каждая несет ответственность за освоение путей в местные органы власти, центральные министерства и крупные центральные предприятия клиентов⁷⁶.

⁷⁵ 浪潮携手阿里构建可控云服务生态链[J] 信息技术与信息化 2014 (5): 8-8 (“Alibaba Cloud Company” взаимодействует с “Inspur”, совокупно усилят развитие на “облачных услуг”, информационная технология и информатизации, 2004 Сер.5 №.8 С.8)

⁷⁶ 滑明飞 阿里云谋局电子政务//21JINGJI.COM 21 世纪经济报道 北京 27. 05. 2015 UCL: http://epaper.21jingji.com/html/2015-05/27/content_9805.htm (Хуа Минфэй “Alibaba Cloud Company” старается развивать бизнес на отрасли “электронного управления”//21JINGJI.COM

2) Участие во встречах, организованных органами государственной власти.

Китайская IT-компания “Tencent” глубоко проанализировала и оценила мобильную платформу “электронного управления”, её роль и ценность для правительства и общества. Одной из важных услуг компании “Tencent”, которая занимается “электронным управлением”, является создание официальных аккаунтов органов государственной власти на платформе Wechat. Для того чтобы существовало официальное продвижение аккаунтов органов государственной власти, компания часто участвует в встречах, организованных органами государственной власти.

8 августа 2014 г. китайская государственная цифровая кафедра созывала форум “как эффективно использовать инструменты обмена мгновенными сообщениями”, вице-президент “Tencent” участвовал в данном форуме.

На форуме он показал различные городские сервисы на мобильной платформе Wechat, основные услуги официальных аккаунтов органов государственной власти. Официальные аккаунты открывают новые каналы обмена мнениями общества с властями, предназначенные для выполнения конкретных задач — эффективного и прямого обмена мнениями общества с властями.

После заслушивания мнения остальных участников на форуме, заместитель директора кафедры Пэн Бо сказал, что во второй половине года китайская государственная цифровая кафедра будет выдавать документы и приводить показатели местным органам государственной власти, чтобы требовать у

местных органов открыть официальные аккаунты на платформе Wechat, и стремится к 60 тысячам новых официальных аккаунтов⁷⁷.

Кроме форумов с центральными органами власти, компания “Tencent” также часто участвует во встречах, организованных местными органами. 15 марта 2016 компания “Tencent” участвовала во встрече, которая была организована Саньсяскими городскими органами властей. Представители “Tencent” сделали презентацию на тему “Интернет+правительственное управление”, показав, как официальные аккаунты помогают повышать эффективность работы органов государственной власти. Кроме того, еще обсудили, как осуществлять сотрудничество с местными властями.

Благодаря частому участию в таких встречах с органами государственной власти, продвижение официальных аккаунтов органов государственной власти достигает очень хорошего результата.

По данным отчета “Белая Книга: Электронная управления + Wechat”⁷⁸, китайское центральное министерство и комитет решили поставить “официальные аккаунты Wechat” -- третий открытый канал для

⁷⁷ 崔清新, 李志辉 国新办: 将大力推动政务微信应用//新华网 北京, 8月8日 UCL: http://news.xinhuanet.com/politics/2014-08/08/c_1112002328.htm (Суы цинсинь, Ли Жихуэйкитайская государственная цифровая кафедра: всемерно распространять использования официальных аккаунтов на платформе Wechat//XINHUA.NET СиньХуа интернет дата обращения: 08.08.2014)

⁷⁸ 腾讯微信团队, 腾讯研究院发布 《“互联网+”微信政务民生白皮书》深圳. 2015 (группа Weichat, Научно-исследовательский институт Tencent Белая книга: отчета “Белая Книга: Электронная управления + Wechat” Шеньчжэнь 2015)

опубликования и передачи государственной дела, в качестве официальных сайтов органов государственной власти, пресс-служба.

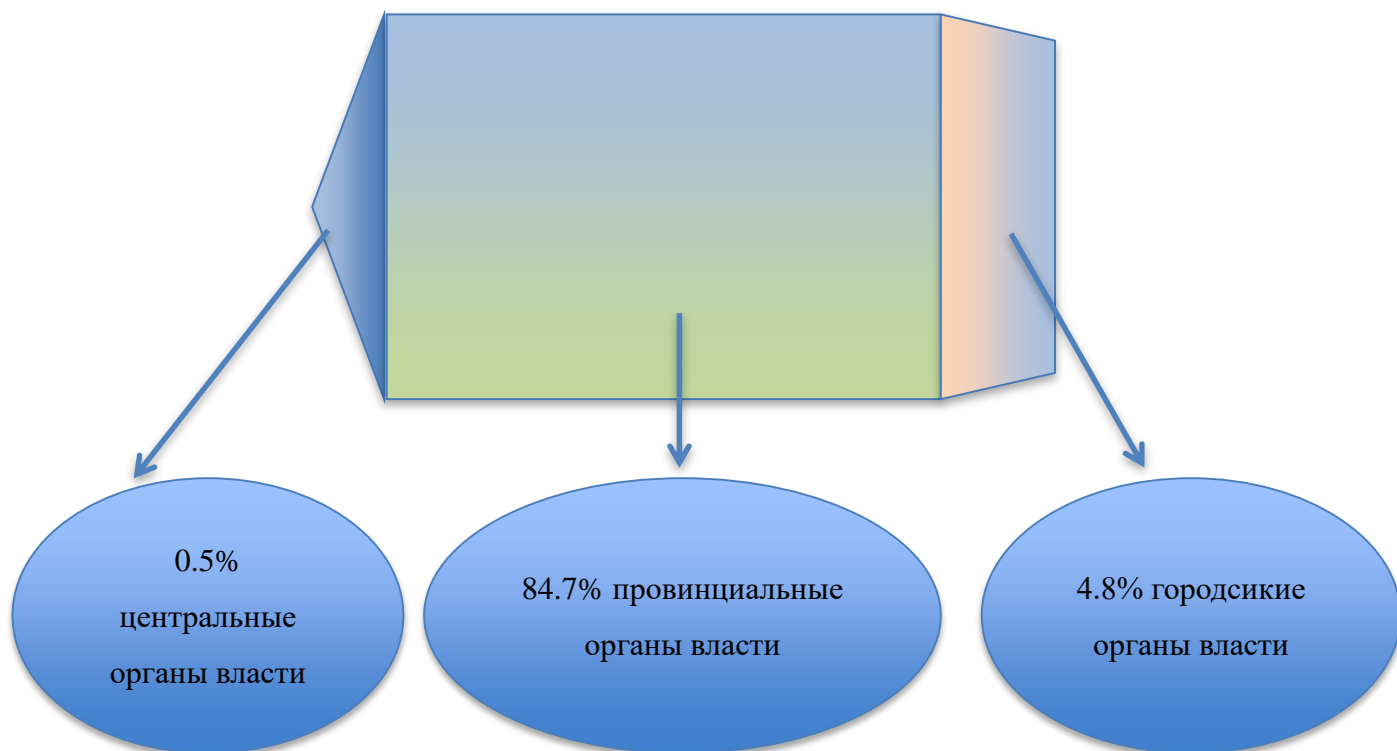


Таблица 3.1. субъекты официальных аккаунтов органов государственной власти в 2014 году⁷⁹.

В 2014 году органы государственной власти на разных уровнях уже открыли 40924 официальных аккаунтов, среди них официальные аккаунты на провинциальном уровне занимают 84.7%. У представителей среднего уровня каждого из официальных аккаунтов есть более 36 тысяч подписчиков, у представителей среднего уровня каждого из официальных аккаунтов есть более 36 тысяч подписчиков.. На новом рынке “электронного управления” компания “Tencent” уже достигла результатов.

3) Стать депутатами в НПС или НПКС.

⁷⁹ Там же.

Мы уже упоминали, что в китайской политической системе НПС и НПКС разных уровней играют решающую роль в разработке и принятии политических решений. Поэтому в IT-сфере тоже появились такая тенденция, когда главные директора или председатели правления IT-компаний хотят занимать место в законодательном органе власти. Так они могут не только познакомиться с другими депутатами НПС или НПКС, но также могут проявлять законодательную инициативу. Это значит, что у них есть большой шанс конкретно сделать проекты, которые помогали бы развитию своих компаний или избавиться от конкурентов.

С 2008 г. по 2013 г. депутаты из ВСНП и НПКСК составляли всего 5224 человека, только 4 члена из них - работающие в традиционной IT-отрасли. В 2015 г. в ходе проведения собраний 12-ой ВСНП и ВПКСК, 12 членов представляли китайскую IT-отрасль, и они сдали 15 проектов, связанных с IT-индустрией⁸⁰. Например, председатель правления IT-компания “Inspur” Сунь Пэйшу является депутатом 12-ой ВСНП в 2015 году, и он посоветовал “продвинуть открытие к данному органу государственной власти.” В проекте он представил, как исполнительные органы собирают важные данные общества. Открытие этой “Big Data” с помощью профессиональных IT-компаний не только помогает создать лучшее электродного управления, но и здорово помогает развивать многие маленькие и средние IT-компаний⁸¹.

⁸⁰ 新浪科技 科技领域两会代表委员盘点：互联网行业增至 6 人//新浪 02.03.2015 UCL: <http://tech.sina.com.cn/i/2015-03-02/doc-iavxeafs1420423.shtml> (TECHSINA депутаты из высокотехнологической отрасли в ВСНП и НПКСК: количество депутатов является шести//SINA.COM Пекин, дата обращения: 02.03.2015)

⁸¹ 浪潮集团董事长孙丕恕：政府开放数据红利尚待释放//人民网 05.03.2015 UCL:

3.2. Анализ использования GR-стратегий в IT-компаниях в Китае.

Alibaba Group является одной из самых крупных IT-компаний, их бизнес включает не только площадку электронной торговли, но и дата-центр, являющийся облачным провайдером на китайском рынке. По результатам исследования рейтинговой компании Willward Brown, по стоимости IT-компания Alibaba занимает второе место среди самых дорогих китайских компаний⁸².

Стоит отметить, что их сильные и эффективные GR-отделы всегда были образцом в IT-сфере в Китае. Руководство высшего звена компаний Alibaba придает большое значение GR. В 2014 г. Алибаба (еще до того, как компания вошла на американский рынок) провела встречу инвесторов. На встрече публика задавала вопросы, кто-то коснулся темы сохранения хороших отношений с правительственными чиновниками, на что председатель правления Alibaba Джек Ма сказал: «моя главная задача - это создание хороших отношений с китайскими органами государственной власти.»⁸³.

Все дочерние компании и филиалы Alibaba имеют свои собственные отделы GR, причем эти отделы тесно связаны между собой. Такая тесная связь особенно эффективна в критической ситуации, когда представители GR-отделов дочерних компаний обязательно присутствуют на заседаниях корпорации Alibaba, где

<http://it.people.com.cn/n/2015/0305/c1009-26642095.html> (председатель правления IT-компания "Inspur" СуньПэйшу: «Правительстве нужно открыть социальные данные»//PEOPLE.COM, Жиньмин интернет, дата обращения: 05.03.2015)

⁸² Tencent отобрал у Alibaba статус самой дорогой китайской компании//CASHBUSS.RU <http://cashbuzz.ru/poleznoc/433-tencent-otobral-u-alibaba-status-samoy-dorogoy-kitayskoy-kompanii.html> дата обращения: 27.01.2015

⁸³ 阿里巴巴启动路演，中国市场仍是核心//华尔街日报 09.09.2014 <http://cn.wsj.com/gb/20140909/tec084124.asp> (Компания Alibaba: самый важный маркет еще что Китайская рынок //WSJ.COM Древняя газета уолл-стрита дата обращения: 09.09.2014)

активно обсуждают проблему принятия необходимых контрмер. Таким образом, главное управление хорошо осведомлено о делах каждой дочерней компании и может помочь им проанализировать обстановку, придумать способы решения проблем.

В результате анализа опыта Alibaba можно сделать некоторые выводы:

А. Постоянная умеренная дистанция от правительства.

Председатель правления корпорации Alibaba Джек Ма в течение всего времени существования компании подчеркивал: если предприятие будет чрезмерно зависеть от органов государственной власти, его деятельность будет облагаться всевозможными ограничениями. При разрешении конфликтов с правительством необходимо четко понимать, что “можно любить власть, но жениться не надо.”⁸⁴. Таким образом, упор делается на то, чтобы отношения правительства и бизнеса не были слишком близкими, но в то же время не были и слишком далекими.

Несмотря на то что рыночная экономика существует на протяжении многих лет, власть до сих пор играет руководящую роль в распределении ресурсов. Правительство Китая контролирует 87,5% общей стоимости социального прибавочного продукта, а общество - всего лишь 12,5%⁸⁵. Например, из-за того, что реформа банков не была проведена надлежащим образом, до сих пор органы власти всех ступеней имеют большое влияние на выдачу банковских кредитов.

⁸⁴ Дарья Луганская, Полина Русяева Основатель Alibaba Джек Ма—РБК: «Я не получал зарплату 12 лет»//RBC.RU UCL: http://www.rbc.ru/interview/technology_and_media/22/06/2015/5586d2689a79470867c77e32 дата обращения: 22.05.2015,

⁸⁵ 中国贫富家庭收入差距超 8 倍 发改委专家详解//新华网 北京 11.10.2015 http://news.xinhuanet.com/fortune/2005-10/11/content_3603697.htm (эксперты комитета развития и реформа объяснил, почему в КНР поляризация бедности и богатства//XINHUA.NET Пекин дата обращения: 11.10.2015)

Согласно статистическим данным, среди кредитных банковских фондов, государственные предприятия составляют свыше 50%, что касается инвестиций, то более 50% совокупных инвестиций общенациональных фиксированных активов исходит от правительства, государственных предприятий и государственных холдингов. То значит, если отказаться от связей с властями, то компания не может получить важные ресурсы, а также правительство посредством управления цен, включая контроль процентной ставки по вкладам и кредитам, управление валютным курсом, регулирование отношения цены к доходам, на рынке акций непосредственно размещает фондовый капитал.

Предприятия ради удачного проведения собственных кампаний, либо ради поддержки правительства специально устанавливают тесные связи с правительственными органами вплоть до того, что дают госслужащим взятки. Часто бывает, что члены органов государственной власти используют свою власть, чтобы помогать тем частным предприятиям, у которых есть связь с органами государственной власти. Иногда такие близкие “негативные” связи с властями могут подорвать интересы компании.

В отличие от мелких и средних IT-предприятий, Alibaba и ее дочерние компании никогда дают взятки органов государственной власти, для того чтобы получить в обмен интересов. Они могут представить регулированию большое количество проблем трудоустройства. Их электронная платформа и технологии содействовали проведению торгового обмена местного уровня, совершенствованию логистики, стимулировали развитие инноваций в мелком бизнесе и т.д.

Б. Поддержка политической деятельности КПК и правительства.

В соответствии с нынешней политической системой в Китае частные предприятия должны и могут поддерживать только руководство Коммунистической партии Китая, поддерживать политику и действия правительства; все, что может быть интерпретировано как действие с "политическими целями", может рассматриваться как отказ и нанести деятельности предприятия серьезный урон.

Таким образом, Alibaba выступает в качестве менеджера по государственным делам. Компания должна быть в курсе соответствующей политики, динамичной государственной информации, исследований и анализа, а также помогать бизнес-подразделениям родственных компаний, поддерживать работу государственных служб, активно координировать и организовывать взаимодействие компаний и местных органов власти. Поэтому в любом общественном месте высказывания бизнес-менеджеров должны быть предельно корректны, иначе под угрозу может быть поставлено развитие предприятий. Alibaba работает в поддержку политики и решений правительства, направленных на достижение следующих целей:

1. Эффективно поддерживать партийное строительство КПК, чтобы формировать доверие между частной компанией и местными органам государственной власти.

В 2000 году компания Alibaba создала свою партийную ячейку, в 2008 году партийную ячейку усилил партийный комитет Alibaba Group. В настоящее время в компании есть три парткома второй ступени, одна объединённая

партийная ячейка, две партийной ячейки, находящиеся в непосредственном подчинении; в общей сложности 2094 членов КПК работают в компании Alibaba⁸⁶. Члены партийного комитета Alibaba Group должны встречаться с партийными работниками органов государственной власти, и организуют связи с КПК.

2. Руководители компании неоднократно выражали общественную поддержку решения правительства. Например, в 2009 году Alipay (платежная онлайн-система) - дочерняя компания Alibaba - попала в кризисную ситуацию и пострадала от негативного общественного мнения. Президент Alipay Шао Сяофэн следующим образом высказался в беседе с журналистами: «Alipay сыграл в строительстве китайской кредитной системы очень важную роль, руководители Alibaba Group сказали, что в ходе внутренней дискуссии в основном достигли консенсуса, что правительство должно оплатить национальное достоинство в любое время⁸⁷».

3. Обеспечение технической поддержки правительства. Так, во время китайского праздника Весны десятки миллионов людей должны сесть на поезд, чтобы ехать домой. Национальная сеть продажи билетов www.12306.cn устарела, так что многие люди не могут купить билет. Alibaba Group подрядили техническую элиту работников компании, чтобы они бесплатно

⁸⁶ 阿里巴巴（中国）有限公司党委 让党员都成为阿里最优秀的员工//浙江在线新闻网站 杭州 11.11.2011 UCL: <http://zjnews.zjol.com.cn/system/2011/11/11/017990549.shtml> (Партийная организация Alibaba: Помощь члены КПК Станут самыми отличными рабочими в Компании//ZJNEWS.ZIOL.COM дата обращения: 11.11.2011)

⁸⁷ 支付宝总裁邵晓峰：支付宝随时可以送给国家//北京商报 01 06.2009 <http://tech.qq.com/a/20090602/000037.htm> (Генерал-директор Alipay Шао Сяофэн : В любое время компания Alibaba может подарить свой бизнес “Alipay” государству//QQ.COM дата обращения: 01.06.2009)

помогли отремонтировать сайт, и таким образом правительство решило серьезную проблему. Эти действия помогают компании заполучить хорошее отношение депутатов.

В. Социальная ответственность бизнеса и корпораций.

Необходимость уделять серьезное внимание общественному благосостоянию и корпоративной ответственности компании Alibaba Group. Развитие предпринимательства неотделимо от общества. Каждая компания должна выполнять свои социальные обязанности. Благотворительность не только помогает создать позитивный корпоративный имидж, но и способствует развитию благоприятной среды общественного мнения.

Государство Китая всегда выступало инициатором КСО. Правительство должно не только “взять на себя социальную ответственность за государственные расходы на социальное управление”⁸⁸, но и играть ведущую роль в управлении организацией гражданского общества. Один из основных способов управления (в этой сфере) - это то, что все некоммерческие социальные ассоциации или организации должны быть под руководством государства, а не уйти из области оказания социальных услуг.

К сожалению, пока в Китае многие крупные IT-компании социально ответственное поведение еще “не стало частью долгосрочной технологии компаний, а инициативы КСО часто ограничиваются разовыми

⁸⁸ Цюе Цзихун Социальные реформы и система управления в Китае//RU.THEORYCHINA.ORG Теория Китая http://ru.theorychina.org/xsqy_2477/201209/t20120925_234957.shtml дата обращения: 25.09.2012

благотворительными проектами или пиар-акциями”⁸⁹.

Управление Alibaba считает, что бизнес-модель своего собственного вклада в общество ведет к обратной связи и благодарности в гораздо большей степени, чем коммерческие ценности. Компания ориентирована на решение вопросов социального и общественного благосостояния, благотворительность и социальную отдачу, что помогает компании завоевать доверие к однопартийной политической системе Китая, и таким образом Alibaba переросла в одну из самых успешных IT-компаний Интернета.

Alibaba в настоящее время имеет группу специальной социальной ответственности. В 2007 году Alibaba Group выпустила отчет о "создании открытой, совместной и процветающей электронной коммерции"⁹⁰. Это первый отчет о корпоративной социальной ответственности в китайской Интернет-индустрии.

К настоящему времени Alibaba Group создала в общей сложности семь отделов корпоративной социальной ответственности. Доклад раскрыл концепцию социальной ответственности, практики и производительности. Кроме того, у компании есть специальная веб-страница, созданная как вид внешней коммуникационной платформы, чтобы поддерживать связь с заинтересованными сторонами и показывать результат, который компания получает в КСО.

22 декабря 2011 года по указу министерства по гражданским делам Китая

⁸⁹ Иванова В. А Корпоративная социальная ответственность в азиатских странах. //Транспортное дело России, №.9 2010

⁹⁰ 《共创开放、协同、繁荣的电子商务生态系统暨 2007 年度阿里巴巴社会责任报告》阿里巴巴集团 2007 (Alibaba Group Отчет о «создании открытой, совместной и процветающей электронной коммерции» 2007)

Alibaba Group совместно с четырьмя филиалами создали Фонд общепольного дела Alibaba. Первоначальный фонд - 50 миллионов юаней. Цели Фонда общепольного дела Alibaba - создавать среду государственной службы, содействовать увеличению общественного благосостояния предприятий и развитию человеческого потенциала устойчивого общества. Приоритеты финансирования включают в себя: развитие защиты водной среды, охрана окружающей среды, защита и поддержка экологически чистых НПО.

В последние годы государство Китая постепенно поддерживает организации гражданского общества в таких сферах, как охрана окружающей среды, образования, оказание помощи бедными и т.д. Фонд общепольного дела Alibaba вместе с органами государственной власти сотрудничают в сфере поддержания социальной инфраструктуры.

Например, Фонд пожертвует деньги и помогает около 100 нелегальных предприятий-загрязнителей, за то что прямо вмешательство от загрязнения окружающей среды, а также содействовал государственным регулирующим органам, частным учреждениям и сотрудничал с провинциями Шаньдун, Чжэцзян, Цзянсу и Чунцин для облегчения доступа к национальным данным о выбросах в реальном времени основными источниками загрязнения окружающей среды предприятия⁹¹.

Г. Использование медиарелейшнз.

⁹¹ 胡忻 以阿里模式践行环保//浙商, 2012 (5:) 108 (Ху Синь Модель и меры Alibaba озраны среды//Чжэцзя дейлиский бизнесмен, 2012 №.5 С.108)

Компания Alibaba придавала большое значение связи со СМИ, активно поддерживая тесную связь с самыми главными массмедиа в стране. На мероприятия (которые Alibaba организовали) среднего масштаба, как правило, обычно приглашают сотню СМИ, на крупные мероприятия, такие как интернет-собрание генеральной ассамблеи, как правило, приглашаются около 300⁹².

Важно, что до сих пор, IT-компания Alibaba вложила средства в капитал в шесть традиционных СМИ (газет и журналов), восемь новых СМИ (Видеохостинг, социальная сеть, интернет СМИ по направлению технологии) и четыре медиа-компаний.

В сфере медиарилейшнз GR-специалисты компания Alibaba не только звонят по телефону или пишут Email знакомым и незнакомым журналистам, устраивают пресс-конференцию за пресс-конференцией, но и устанавливать и развивать свои разные средства СМИ, включено традиционные и новые СМИ, ориентированные аудитории, потом донесение информации о своей компании.

В сфере медиарилейшнз GR-специалисты компания Alibaba не только звонят по телефону или пишут Email знакомым и незнакомым журналистам, устраивают пресс-конференцию за пресс-конференцией, но и устанавливать и развивать свои разные средства СМИ, включено традиционные и новые СМИ, ориентированные аудитории, потом донесение информации о своей компании.

⁹² 邵向阳 社会化媒体新力量-以阿里巴巴集团为例//西部广播电视 2014 (5): 9-9 (Пи Сянян Новая сила социальной СМИ, например IT-компания Alibaba// радиотелевидение на западе Китае, №5 Сер.9 С.9)

Мы берем 20 новостей о Компании Alibaba, которые сообщали разные СМИ с 3 мая 2016 по 12 апреля 2016⁹³. (Поиск новостей Alibaba по-китайски на сайте Google, самые свежие 20 публикующих новостей.) мониторинг СМИ, что они сообщали новости о Alibaba, новости носили характер позитивный или негативный. Показали связи Alibaba компании с органами государственной власти.

Среди 20 новостей, которые сообщали разные СМИ, четыре новости несли негативный характер, а именно - 2 статьи показали отношение компании с органами государственной власти в неприглядном цвете:

Новый СМИ (интернет-СМИ) bailie.baidu.com сообщил о проблеме компании⁹⁴, Alibaba угодила в «черный список» американского торгпредства из-за масштабы торговли подделками на электронной торговой площадке –Taobao. В статье отмечалось, что с января по март 2015 г, жёсткий конфликт между Taobao и органами государственной власти из-за проблемы подделок. в конце статьи, автор дал вывод: из-за “открытого конфликта” с органами государственной власти, теперь у компании Alibaba есть проблемы на GR: американские инвесторы потеряли уверенность в компанию. Председателю правления компании Alibaba Джеку Ма будет трудно решать эту проблему.

Другая известная зарубежная газета “Уоллстрит ежедневная газета” опубликовал статью 21 апреля 2016 году, в которой обсуждали “не хорошее

⁹³ Приложение 1.

⁹⁴ 管鹏 打假危机重重, 马云如何以对? //百度百家, 01.05.2016 UCL:

<http://guanpeng.baijia.baidu.com/article/433440> (Дуань Пэн: война с подделками очень трудно, как Джек Ма решит эту проблему?//BAIJIA.BAIDU.COM дата обращения: 01.05.2016)

выражение” компании на рынке “электронного управления”⁹⁵. Но конкурент компании Alibaba –Tencent занимает большую часть рынка. Подвится итог: Обе компании Alibaba и Tencent имели неплохую репутацию на рынке, но в дальнейшем их ждёт жестокая конкуренция.

Остальные 16 новостей все позитивные. Их них 50% статьи отметили связи компании Alibaba с разными органами государственной власти. Четыре из них особенно конкретно информируют, что компания с китайскими органами власти взаимодействует.

Среди 16 агенств-всего четыре официальных информационных агентств, они напечатали позитивные статьи. Два СМИ , в которые компания Alibaba вложила средства в капитал -сообщили о реальных положительных действиях компании.

Исходя из вышеизложенного мы можем сделать вывод, что компания Alibaba хорошо взаимодействует не только с новыми СМИ, но и традиционными, а также с официальными агенствами.

В общем, из-за хороших отношений с органами государственной власти, Alibaba уже стала символом превосходного китайского IT-предприятия. PR-команда Alibaba часто вместе с Джек Ма проводит встречи с руководителями Китая и иностранных стран, чем фокусируют внимание прессы на компании Alibaba. С помощью GR-технологии, компания Alibaba

⁹⁵ 腾讯阿里争夺政务市场//华尔街日报 04.21.2016 (IT-Компания Tencent и IT-Компания Alibaba будут жестко конкурировать на рынке “электронного правительства”//Уоллстрит ежедневная газета дата обращения: 04.21.2016)

сделала вывод, что успешное налаживание здоровых отношений с китайскими органами государственной власти необходимо.

Анализ экспертного интервью.

Экспертные интервью является один из эффективных методов качественного исследования.

Экспертом является специалист, делающий заключение при рассмотрении конкретно какого-нибудь вопроса в своей сфере⁹⁶. У экспертов глубокие знания и профессиональный опыт в определённом образом, мы может получить необходимые информации про использования GR-стратегий в китайской IT-компаниях.

В нашей диссертационной работе экспертное интервью было проведено среди 3 GR-менеджера, работающих в IT-компаниях в Китае.

Господин Чжан, работающий в китайской мелкой частной IT-компаниях Шэньчжун в городе У Хань в Китае. (количество работников компании ниже 30). Он работает более 3 года.

Господин Линь, работающий в китайской средней частной IT-компаниях МинЯнь (количество работников компании более 200). Он специально занимается GR-коммуникации более 5 года.

Госпожа Ли, работающая в китайской крупной частной IT-компаниях BAIDU (количество работников более 1000). Ей является главный директор GR-отдела в компании.

⁹⁶ В.И.Добреньков, Ф.И.Кравченко методы социологического исследования, Московский государственный университет имени М.и. Ломоносова, Москва, 2004 С. 488

По результатам экспертного интервью мы можем сделать следующие выводы:

1. Все респонденты высказались, что компании взаимодействуют с органами государственной власти. Для мелких и средних IT-компаний отношение с местными городскими органами власти важнее, чем отношение с центральными органами власти. Это обусловлено тем, что интересы компании различаются. Мелкие и средние компании больше заинтересованы в льготах по налогам, или в том, как получить приоритеты местного правительства. Крупные компании хотят получить “привилегированное положение”, например, получить какие-то конкретные высокие технологии и лицензии на импорт товаров, или антимонополистическую охрану высшего правительства. Центральные органы государственной власти больше обращают внимание на общее развитие отрасли, а не конкретно на помощь одной компании.

2. Мелкие или средние IT-компании не могут получить налоговые льготы, не могут помочь решить социальные проблемы, поэтому они остаются «за бортом». Немногие мелкие и средние IT-компании имеют собственные GR-отделы. Часто мелкие IT-компании предпочитают выбирать китайские GR-агентства, которые помогают им заниматься GR-коммуникацией. Обычно только крупные китайские частные IT-компании имеют отдельные отделы по связям с органами государственной власти. По словам господина Ли, крупные IT-компании любят приглашать бывших государственных служащих как GR-менеджеров не только потому, что у них есть знания о структурах правительства, но, самое главное, у них есть знакомые лица в органах государственной власти и опыт общения с

представителями властей. Это помогает компании получать государственные заказы и выигрывать в изнурительных конкурсных баталиях.

3. В настоящее время существует два способа сотрудничества - это:

--разовое сотрудничество, т.е. оказание отдельных услуг - в компании нет GR-отдела, однако необходимо срочное осуществление GR-деятельности. Кроме того, собственный GR-отдел не справляется с большими объемом работ или не располагает теми необходимыми ресурсами, которые имеются у специализированного GR-аппарата;

-- абонентское комплексное GR-обслуживание, т.е. IT-компания передает полное GR-сопровождение профессиональным компаниями.

4. В крупном IT-предприятии взаимодействие с органами власти более открыто и прозрачно, GR-менеджеры легче справляются с GR-деятельностью и выстраивают открытые доверительные стратегические отношения с органами государственной власти.

Местные органы государственной власти обладают большей властью, ситуативный характер отношений между властью и бизнесом в Китае отличается непрозрачностью и зачастую криминальными и коррупционными связями. Таким компаниям труднее создать хорошие отношения с органами государственной власти, и потому они обращаются к поиску “кратчайшего пути”. Действие негативной GR-деятельности усугубляется постоянным изменением политической ситуации.

Промежуточный вывод

В нашей диссертационной работе мы сделали SWOT-анализ, за то что поможет проверить вывод.

<p>Возможность</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. правительство Китае уже относятся серьёзно к отношение между властей и бизнесами. 2. общественное мнение и контроль начинают играть более важную роль в жизни социума. 3. быстрое развитие информационных технологий интернет. 4. общий объем инвестиций рынка “электронного управления” является огромными. Власти являются непосредственным потребителем и клиентом. 5. IT-компании обращают большое внимание на GR. 	<p>Сила</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. представить регулированию количество проблем трудоустройства. 2. хорошо использование основных GR-стратегий компаний. 3. Появление много профессиональных GR-отделов. 4. Появление много GR-менеджеров: <ul style="list-style-type: none"> —случающие отставок в органах государственной власти и поступлений на работу в частные фирмы. — GR-образования в рамках высшей школы. 5. Существование разными СМИ канал для пропаганды. 6. конкурентоспособной IT-продукции услуг -- Обеспечение технической поддержки правительства.
<p>угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. разветвленная бюрократическая 	<p>слабость</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. отсутствие серьезные теоретические

<p>система в Китае.</p> <p>2. правовая система несовершенна, существенную роль играет человеческий фактор в принятии решения.</p> <p>3. Органы государственной власти предпочитают взаимодействовать с государственной компаний.</p>	<p>исследования по проблемам развития и особенностям функционирования GR в КНР.</p>
--	---

Таблица 3.1 SWOT-анализ развития GR в частной IT-компании в Китае.

Проведенный предварительный SWOT-анализ показывает перспективы развития GR в частной IT-компании в Китае. Как мы ранее отмечали, GR-специалисты хорошо занимаются GR-коммуникации, у них более возможности эффективно взаимодействовать с органами государственной власти.

поэтому на настоящий момент позиция частной IT-компании по взаимодействию с властями изменяется с пассивного на эффективное. GR имеют многообещающие перспективы в современном КНР.

Вывод к главе 3 .

Позитивная перспектива развития IT-отрасли зависит от отношений частной IT-компании с органами государственной власти, и это не похоже на остальные, традиционные отрасли. Китайское правительство практически во всех сферах

регулирует промышленное развитие, но усилия по контролю за развитием информационных технологий не столь значимы.

В Китае появилось несколько частных IT-компаний, налаживающих стабильные связи и тесно взаимодействующих с органами государственной власти. Анализ их GR-деятельности позволяет проверить достоверность и объективность полученной информации на основе мнения специалистов в GR-области.

Во-первых, самой эффективной GR-технологией является создание непосредственных персональных контактов со служащими органов государственной власти. Компании подпадают под влияние правительства, служащие государственной власти, располагающими большими правами, могут использовать свою власть, чтобы помогать частным предприятиям. С другой стороны, пока в Китае нет четких правил контроля за применением GR-технологий, порой «создание связи» означает «подкуп должностных лиц. На деле подобные противозаконные действия могут подорвать интересы компании.

Во-вторых, эффективность GR-деятельности зависит от влияния компании, соответственно, успешности ее бизнеса и публичности. Взаимодействие крупного IT-предприятия с органами власти более открыто и прозрачно, GR-менеджеры легче справляются с задачами и выстраивают открытые доверительные стратегические отношения с органами государственной власти. GR-деятельность мелких и средних компаний часто находится в диапазоне между «законными» и «противозаконными» действиями.

Заключение

Благодаря экономической реформе и политике открытости – тенденции, которая в течение тридцати лет доминирует в политической стратегии КНР, Китай стал значимым участником мировых отношений. За эти годы частный сектор не только играет важную роль в экономической сфере, но становится более значимым в сфере политических отношений.

Учитывая структурный контекст Китая, органы государственной власти всегда имеют значительное влияние на политику и экономику. Политика и бизнес не могут развиваться отдельно, поэтому связи бизнеса с властью существуют давно в политической практике Китая.

Тем не менее, история развития GR является в Китае непродолжительной, и теоретического материала и специальных исследований по GR немного. В настоящее время юридические рамки системы взаимодействия бизнеса и власти находятся в стадии разработки.

Проблемы взаимодействия бизнеса с властью обостряются, когда государственные органы начинают чрезмерно вмешиваться в оперативное управление частных компаний, отсюда органы государственной власти и бизнес-элита Китая нуждаются в диалоге, и, соответственно, возникает необходимость налаживать взаимодействие органов государственной власти и бизнеса. И одновременно, верное использование GR-технологий во многом может определять успешное развитие частных компаний.

В данной работе мы проанализировали GR-деятельность нескольких китайских частных IT-компаний, которые умело применяют GR-методы, чтобы создать здоровые политические связи с органами государственной власти.

Заметим, что GR-специалисты в этих компаниях не только эффективно применяют ключевые способы - прямое взаимодействие с представителями государственной власти; воздействие на лиц, принимающих решения через экспертное сообщество; поддержка политической деятельности; активное развитие КСО; использование СМИ; владение интернет-технологиями и т.д., но и активно ищут перспективные пути развития GR в соответствии с реальными условиями Китая.

В итоге продуктивные связи помогают построить хорошую внешнюю среду и представить ответственные ресурсы. Положительные, прочные отношения частной IT-компаний с органами государственной власти являются символом и ориентиром для общества, помогают привлечь внимание различных аудиторий и повысить свою репутацию. Подобные условия создают для развития GR в Китае многообещающие перспективы.

Список использованных источников и литературы

1. Ачкасова В.А. Лоббирование и GR: точки профессионального пересечения. // Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимоотношения общества и власти/ под ред.В.И.Быкова, Л.Н. Гааленской, Л.В. Сморгунова. СПб.: СКФ<<Россия-Нева>>, 2006. С.106)Заркалам, 2003.
2. Балуюев,Д.Г., Новоселов А,А. Роль «новых СМИ» в современных политических процессах, Нижегородский государственный университет, Нижний Новгород,2012. С.40
3. Добрынин Н.М. Теория и практика государственного управления, Новосибирск: наука, 2010
4. Иловайская Л.Б. Особенности развития связей с общественностью в КНР// Вестн. Волгогр. гос. ун-та, Сер.7, Филос. Социология и социальные технологии, 2011 №1(13) С157
5. В.И.Добренков, Ф.И.Кравченко методы социологического исследования, Московский государственный университет имени М.и. Ломоносова, Москва, 2004 С. 488
6. Иванова В. А Корпоративная социальная ответственность в азиатских странах. //Транспортное дело России, №.9 2010
7. Кузнецов И. Н. Бизнес-этика. М.: Дашков и К., 2007.
8. Нестеренко, Ф. Б. [и др.] Журналистика. Реклама. Паблик Рилейшнз. Луғат. Маълумотнома (1700 та атама).
9. Ньюсом Д., Терк Дж., Крукеберг Д. Указ. С. 182.
10. Усов, Ю.Н. Дэн Сяопин и его время/Б.НЮУсов М.: Стилсервис, 2009-842 С.67
11. Ачкасова В.А., Володина Л.В. (ред.) Связи с общественностью как социальная инженерия СПб.: Речь, 2005. С.246
12. GR и лоббизм: теория и технологии / Под редакцией.Ачкасовой В.А.,.Минтусова И.Е, ФилатовойО.Г. М.: Юрайт ,2015.
13. Mack C. Business, Politics, and the Practice of Government Relations. Quorum Books. London 1997 (Маск С. Бизнес политика и практика связи с общественностью в политике. Кворум Книги. Лондон. 1997)
14. David Bray Social Space and Governance in Urban China. Stanford University Press, 2005, С. 3. (Дэвид брей Социальное пространство и управление в городах Китая. Стэнфорд Университетская издания 2005. С 3)
15. Третьяков А. «Экспертный совет будет способствовать повышению эффективности принимаемых властью решений»// Красный север. Газета Вологодская области. №242 (27 022) , 24 декабря 2012

16. 潘石 中国私营资本原始积累. 北京. 清华大学出版社有限公司 2005. С. 148-149 (Па ши Первоначальное частное накопление капитала в КНР Пекин. Цинхуаское университетское издательство, 2005, С 148-149)
17. 戴园晨 在邓小平理论指导下的中国民营经济的发展[J].经济体制改革, 2004年第4期 中国社会科学院 (Дай Юаньчэнь Развитие китайского частного экономического сектора под руководством теорией Дэн Сяопина. Реформы экономической системы. Академия общественных наук Китая, №4) 2004
18. 杨继绳 从计划经济到市场经济. 湖南, 湖南人民出版社 1994 (4) С. 38-42 (Ян Дишэнь от плановой экономики к рыночной. Пекин, Хунанское народное издательство 1994(4) С.38-42)
19. 秦亚芹 简论中国地方政府自治. 湖北广播电视大学大学学报 2007, 27(12):49-50(Цинь Яцинь Автономия самоуправления у местных органах государственной власти в Китае, Хубэйская радиовещательная университетская газета, 2007, Сер.27 №12 С.49-50)
20. 郇舒叶 从新华社到环球公关公司[J] 新闻记者, 1988 (11) (Хуан Шуей Со Синхуа агенство до PR-компании Global//Журналистики. 1988 Сер. 11)
21. 郭至祥 古代商人的身份与地位略论[J]《南京大学法律评论》, 1996 (2) : 106-109 (Го жисян Положение китайских древних бизнесмен// Юридическое изложение в Нанькинском университете, Нанькин, 1996, Сер.2 С.106-109)
22. 胡世前 国家改革与社会的的关系. 延边大学 延吉 08.2012 (Ху Шицянь Изучение отношения между переоформляющем государством и социацией. университетская газета Янь Биань, 2012 №45 С.86-92)
23. 李达嘉 从抑商到重商: “思想与政策的考察” 中央研究院近代史研究所集刊 第82期 (民国 102年12月) 1-53, 中央研究院近代史研究所 (Ли Дая Вначале государство ограничивало торговлю, а теперь перешли процессу стимулирования : “ исследование философии и политики”. Центральный исследовательский институт новой истории Сер. 82, История №1 С. 4)
24. 陈志勇 税费关系与地方政府收入制度的构建[J] 税务研究, 2000 (6) : 5-28 (Чэнь Жиюн Связи с налогообложения с системой расходов местных органов государственной власти// Исследование налогообложения, 2000 Сер.6 С.5-28)
25. 姜红德 “十二五”电子政务的新时代特性//中国信息化, 2010 (16) : 20-21 (Цзян Хундэйв период двенадцатой пятилетки, новые особенности электронного управления//Китайская информационность 2010 Сер.16 С 20-21)
26. 梁春生 政府公共关系与反腐败斗争//考试周刊 2007 (28) : 49-151 (Лян Чуэньшэн GR и борьба с коррупцией и разложением//Экзамен еженедельник 2007 Сер. 28 С.49-151)

27. 中国私营企业研究课题组, 中国第七次私营企业抽样调查数据分析综合报告, 2008 (Группа исследования китайских частных предприятия седьмой отчёт выборочного исследования общенациональной частной компании, 2008)
28. “割资本主义尾巴运动” 推广解放军活学活用毛主席著作的经验 广东省农村中蓬勃兴起群众性学习毛主席著作热潮 (摘录), 人民日报, 14.06.1966 (Жэньминь Жибао “Движение “прервать хвост капитализма”, осуществляющий социалистическую индустриализацию страны, провести социалистические прообраз// Газета народа. 1966. 14 июня . 1966)
29. 林惠春 政府关系决定企业生存和发展. 国际公关. 北京 2005 第6期 (Лин Хуэйчунь GR решает существование и развитие компании. Международная связи с общественностью. Пекин 2005 №6)
30. 邳向阳 社会化媒体新力量-以阿里巴巴集团为例//西部广播电视 2014 (5) : 9-9 (Пи Сянян Новая сила социальной СМИ, например IT-компания Alibaba// радиотелевидение на западе Китае, №5 Сер.9 С.9)
31. 《共创开放、协同、繁荣的电子商务生态系统暨2007年度阿里巴巴社会责任报告》阿里巴巴集团 2007 (Alibaba Group Отчет о «создании открытой, совместной и процветающей электронной коммерции». 2007)
32. 腾讯科技研究院 2015年微信平台数据研究报告. 深圳 2015 (Научно-исследовательский институт именно Tencent Исследование данных на платформе Wechat в 2015г. Tencent, Шеньчжэнь , 2015)
33. 凯度 凯度2015中国社交媒体影响报告 北京, 2015 (Kantar Доклада развития социальной медиа в Китае в 2015 году, Пекин, 2015)
34. 中国共产党第十六届中央委员会第四次全体会议 中国中央加强关于党的执政能力建设的决定 . 北京 2004.09.19 (Постановление на 4-м пленуме центрального комитета коммунистической партии Китая 16-го созыва, «Постановлению ЦК КПК по вопросам усилия способности руководства и управления» дата обращения: 19.09.2004)

Электронные ресурсы:

1. Владимир Скосырев Китайские чиновники уходят в частный сектор// Независимая http://www.ng.ru/world/2015-04-07/7_china.html дата обращения: 07.04.2015)
2. Почему в Китае запрещают все иностранные онлайн-издания// LENTA.ru Интернет и СМИ// UCL: <https://lenta.ru/articles/2016/02/20/chinacloseinternet/> дата обращения: 20.20.216
3. Василий Кашинэксперт Китайская перестройка: куда ведет страну новое руководство// FORBES UCL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/mir/247188-kitaiskaya-perestroika-kuda-vedet-stranu-novoe-rukovodstvo> дата обращения: 13.11.2013

4. Теория Китая : Некоторые проблемы углубления реформ экономической системы, Ли Кэцян Журнал "Цюши", UCL:
http://ru.theorychina.org/xsqy_2477/201406/t20140603_308111.shtml дата обращения: 09.2014
5. В пройдет 2-я Всемирная интернет-конференция// ЭКД сайт UCL:
<http://ekd.me/2015/12/internet-conference-2/> дата обращения: 11.12.2015
6. Анна Кутелева Благотворительность в Китае: поиски гармонии //MAGAZETA.COM
<http://magazeta.com/2013/02/charity/> дата обращения: 18.02.2013
7. Алехин Алексей Викторович «Корпоративная социальная ответственность в Китае» Московский государственный университет им. Ломоносова// LOMONOSOV-MSU.RU UCL:
http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/03/x-aleksey@rambler.ru.doc.pdf
8. Виды социальных сетей: классификация и представители//
DARKSITEOFMARKETING.COM, UCL:
<http://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html>
9. SCS GROUP WeChat как инструмент маркетинга в: 3 важных момента, которые нужно знать//SCSG.RU UCL:
<http://www.scsgru.ru/blog/wechat-i-marketing-3-vazhnykh-momenta-kotorye-nuzhno-znat-/>
дата обращения: 17.02.2016
10. Дарья Луганская, Полина Русяева Основатель Alibaba Джек Ма—РБК: «Я не получал зарплату 12 лет»//RBC.RU UCL:
http://www.rbc.ru/interview/technology_and_media/22/06/2015/5586d2689a79470867c77e32
дата обращения: 22.05.2015
11. Цюе Цзихун Социальные реформы и система управления в Китае//RU.THEORYCHINA.ORG Теория Китая
http://ru.theorychina.org/xsqy_2477/201209/t20120925_234957.shtml дата обращения: 25.09.2012
12. Официальный сайт Мировая Интернет-конференция: <http://www.wicwuzhen.cn/>
13. Portal to China launched in iTunes App Store by North Head// NORTHHEADCOMMS.COM
<http://www.northheadcomms.com/plus/view.php?aid=172> 21.07.2014 (GR-консалтинговая компания “Северная глава” развивает новую программу “Окно Китая” на онлайн проограммы-магазинеiTunes App дата обращения: 21.07.2014)
14. MICHAEL FORSY Chinese Businessman Linked to Corruption Scandals Dies in Prison// THE NEWYORKTIMES UCL:
http://www.nytimes.com/2015/12/07/world/asia/china-xu-ming-dies-prison.html?_r=0 DEC. 6,

- 2015(Майкл Форси Китайский бизнесмен связно с коррупции и умел в тюрьме, дата обращения: 06.12.2015)
15. Emarketer report “Share of Average time spent per day with major media by adults in China 2011-2015” //EMARKETER UCL:
<http://www.emarketer.com/Article/Digital-Accounts-Over-50-of-Time-Spent-with-Media-China/1012618> (Emarketer Исследование про ежедневно китайские взрослые пользователи тратили среднее количество на все виды СМИ в течение 2011-2015 дата обращения: дата общения: 17.06.2015)
 16. Emarketer report “Average time spent per day with major media by adults in China 2011-2015” //EMARKETER UCL:
<http://www.emarketer.com/Article/Digital-Accounts-Over-50-of-Time-Spent-with-Media-China/1012618> ((Emarketer Среднее время потраченное за день на использование оставных видов СМИ китайскими взрослыми пользователями дата обращения: 17.06.2015)
 17. 中国公共关系协会 中国公共关系发展简史//CHINAPR.COM.CN: 北京15.11.2012 UCL:
http://www.chinapr.com.cn/templates/T_Second/index.aspx?nodeid=23&page=ContentPage&contentid=868 (История развития PR в КНР, Китайская Международная Ассоциация по связям с общественностью дата обращения: 15.11.2012)
 18. 薄熙来受贿、贪污、滥用职权案庭审纪实 // 新华网 27.08.2013 UCL :
http://news.xinhuanet.com/legal/2013-08/27/c_117117320_2.htm (Документальная истина. Бо Силая брал взятки, коррупции и злоупотребление властью//XINHUANET.COM дата обращения: 27.08.2013)
 19. 中华人民共和国国家工商行政管理总局网络监察司《2014年下半年网络交易商品定向检测报告》北京23.01.2015 (Отделение интернет-ревизии SAIC «Результаты проверки направленности интернет-товаров во второе полугодие 2014 года», Пекин 23.01.2015)
 20. 管鹏 打假危机重重，马云如何以对？ // 百度百家， 01.05.2016 UCL:
<http://guanpeng.baijia.baidu.com/article/433440> (Дуань Пэн: война с подделками очень трудно, как Джек Ма решит эту проблему?//BAIJIA.BAIDU.COM дата обращения: 01.05.2016)
 21. 腾讯阿里争夺政务市场//华尔街日报 04.21.2016 (IT-Компания Tescent и IT-Компания Alibaba будут жестко конкурировать на рынке “электронного правительства”//Уоллстрит ежедневная газета дата обращения: 04.21.2016)
 22. 马国川 私企老板为何迷读“党校关系书”// 人民网，2005年12月29日 UCL :
<http://edu.people.com.cn/GB/1055/3983955.html> (Ма Госуань Почему хозяйство частных

- компаний хотят поступить в партийной школе?//EDU.PEOPLE.COM Жинмин интернет дата обращения: 29.12.2005)
23. 刘洪波 发改委官员辞职下海何以又成热点//华商报, 2015.03.15 (Лю Хунбо За чем бывшая заместитель директора бюро Государственного комитета по национальному развитию и реформам?//Газета Китайских купцов, 15.03.2015)
 24. 微博话题搜索 “淘宝 工商总局” 2015 UCL : http://s.weibo.com/apps/%25E6%25B7%2598%25E5%25AE%259D%2B%25E5%25B7%25A5%25E5%2595%2586%25E6%2580%25BB%25E5%25B1%2580&page_interest=weihuati_zhuchi (Хэштэги дискуссии в социальной сети Weibo “Alibaba SAIC” дата обращения: 2015)
 25. 新浪科技 淘宝“大战”工商总局: 网友支持淘宝多过工商//SINA.COM 北京 29.01 2015 UCL: <http://tech.sina.com.cn/i/2015-01-29/doc-iawzunex9513812.shtml> (Sina tech Борьба Таобао с SAIC: интернет-пользователи поддерживают Таобао более чем упраллений//SINA.COM Пекин дата обращения: 29.01.2015)
 26. 张卓元 新世纪国有企业改革面临的六个问题, “企业家与专家高层论坛: 国企改革新思路学术研讨会”, 2001 (Чжан Жоюань шесть проблемы о реформе госпредприятия, самит эксперты: научный симпозиум о реформе госпредприятия, 2001)
 27. 《2014-2018年中国电子政务市场分析预测及发展趋势研究报告》中国产业信息网 北京 2014 (Китайская промышленно-информационный сайт Отчет 2014 – 2018 гг. по результатам исследования анализа рынка электронного управления Китая, а также тенденции его развития . Пекин 2014)
 28. 浪潮携手阿里构建可控云服务生态链[J] 信息技术与信息化 2014(5): 8-8 (“Alibaba Cloud Company” взаимодействует с “Inspur”, совокупно усилят развитие на “облачных услуг”, информационая технология и информатизации, 2004 Сер.5 №.8 С.8)
 29. 滑明飞 阿里云谋局电子政务//21JINGJI.COM 21世纪经济报道 北京 27.05.2015 UCL: http://epaper.21jingji.com/html/2015-05/27/content_9805.htm (Хуа Минфэй “Alibaba Cloud Company” старается развивать бизнес на отрасли “электронного управления”//21JINGJI.COM 21века-экономическое обращения. дата обращения: 27.05.2015)
 30. 张卓元 新世纪国有企业改革面临的六个问题, “企业家与专家高层论坛: 国企改革新思路学术研讨会”, 2001 (Чжан Жоюань шесть проблемы о реформе госпредприятия, самит эксперты: научный симпозиум о реформе госпредприятия, 2001)
 31. 崔清新, 李志辉 国新办: 将大力推动政务微信应用//新华网 北京, 8月8日 UCL: http://news.xinhuanet.com/politics/2014-08/08/c_1112002328.htm (Суы цинсинь, Ли Жихуэй китайская государственная цифровая кафедра: всемерно распространять

- использования официальных аккаунтов на платформе Wechat//XINHUA.NET СиньХуа интернет дата обращения: 08.08.2014)
32. 新浪科技 科技领域两会代表委员盘点：互联网行业增至6人//新浪 02.03.2015 UCL: <http://tech.sina.com.cn/i/2015-03-02/doc-iavxeafs1420423.shtml> (TECHSINA депутаты из высокотехнологической отрасли в ВСНП и НПКСК: количество депутатов является шести//SINA.COM Пекин, дата обращения: 02.03.2015)
 33. 浪潮集团董事长孙丕恕：政府开放数据红利尚待释放//人民网 05.03.2015 UCL:<http://it.people.com.cn/n/2015/0305/c1009-26642095.html> (председатель правления IT-компании “Inspur” СуньПэйшу : «Правительстве нужно открыть социальные данные»//PEOPLE.COM, Жиньмин интернет, дата общения: 05.03.2015)
 34. 中国贫富家庭收入差距超8倍 发改委专家详解//新华网 北京 11.10.2015 http://news.xinhuanet.com/fortune/2005-10/11/content_3603697.htm (эксперты комитета развития и реформа объяснил, почему в КНР поляризация бедности и богатства//XINHUA.NET Пекин дата обращения: 11.10.2015)
 35. 阿里巴巴（中国）有限公司党委 让党员都成为阿里最优秀的员工//浙江在线新闻网站 杭州 11.11.2011 UCL : <http://zjnews.zjol.com.cn/system/2011/11/11/017990549.shtml> (Партийная организация Alibaba: Помощь члены КПК Станут самыми отличными рабочими в Компании//ZJNEWS.ZIOL.COM дата обращения: 11.11.2011)
 36. 支付宝总裁邵晓峰：支付宝随时可以送给国家//北京商报 01 06.2009 <http://tech.qq.com/a/20090602/000037.htm> (Генерал-директор Alipay Шяо Сяофэн : В любое время компания Alibaba может подарить свой бизнес “Alipay” государстве//QQ.COM дата обращения: 01.06.2009)
 37. 胡忻 以阿里模式践行环保//浙商, 2012 (5:) 108 (Ху Синь Модель и меры Alibaba озраны среды//Чжэцзя дейлиский бизнесмен, 2012 №.5 С.108)

Приложение 1.

Название СМИ	Тема СМИ	Дата новости	Заголовок новости	Извлечь из содержание	Оценка новости позитивно или негативно	Связи с органами государственной власти
gianzhann.com	новый СМИ	03 мая 2016	Доклад о достижении Alibaba проявил хороший результат в первом квартале	Общая сумма сделки Alibaba выросла за первый квартал \$1140 миллиард	позитивно	нет связи
Синьхуа интернет	официальное информационное агентство	02 мая 2016	Сельский “Taobao” создал в поселке У Джи в провинции Хэнань.	Правительство о поселка У Джи будет взаимодействует с Alibaba на проекте “сельского Taobao”.	позитивно	связи
ZOL.com	новый СМИ	02 мая 2016	Alibaba приносил почти \$ 3 миллиард для социальной сети Weibo	В течение 2013-2015, после Alibaba вложила средства в капитал Weibo, Alibaba приносил \$ 2ю997	позитивно	нет связи

				миллиард для социальной сети Weibo		
bailie.baidu.com	новый СМИ	01 мая 2016	война с подделками очень трудно, как Джек Ма решил эту проблему?	Alibaba угодила в «черный список» американского торгпредства из-за масштабы торговли подделками	негативно	связи
www.sac.hina.com	официальный сайт органы государственной власти	30 апреля 2016	Правительство города Динани подписали стратегический договор с компаний Alibaba	29 апреля, Правительств о города Динани подписали стратегический договор с компаний Alibaba	позитивно	связи
ZOL.com	новый СМИ	28 апреля 2016	Вместе строение сети “облачных вычислений”, Alibaba взаимодейс	Корейская компания SK подаисал договор с Alibaba , имеющий	позитивно	связи

			твует с корейской компаний SK	надежду на развитие острасле “облачных вычислений”		
c114.net	новый СМИ	28 апреля 2016	Alibaba обращает более внимание на свои услуги, а нет PR.	В Пекинском национально м центре собраниа созвал GMIC, президент мобильного-б изнеса Alibaba присудствова л на собрание.	позитивно	нет связи
The Wall Street Journal	зарубе жный традиц ионный СМИ	28 апреля 2016	Alibaba присоедини лся к Коалиции против подделок	Alibaba участвовал профессионал ьной ассоциации IACC, и встретила оппозицию с многих бренд-членов IACC	негативно	нет связи
Ежедне вная Хубэй газета	официа льный традиц ионный СМИ	27 апреля 2016	Alibaba активно развивают бизнес в провинции	Правительств а провинции Хубэй укрепляет сотрудничес	позитивно	связи

	(газета)		Хубэй	во с Alibaba, особенно в сфере “Big Data”, “облачные вычисления” и т.д.		
Ежедневная Сычуань газета	официальный традиционный СМИ (газета)	26 апреля 2016	Центр сетевого сервиса Alibaba создан в городе Цзыгун	Правительство города Цзыгун будет взаимодействует с Alibaba на проекте развития сетевого сервиса	позитивно	связи
www.ce.cn	новый СМИ	26 апреля 2016	Инвестиции Alibaba в нарушил закона	Инвестиции Alibaba в компании “Zhongxin 21 century” нарушил конгонского закона	негативно	нет связи
DW.com	новый СМИ	26 апреля 2016	После закупка газеты “South China Morning Post”, Компания Alibaba не	Джек ма заявил, компания точно не будет мешают редактирование газеты, и обеспечивает независимость	позитивно	нет связи

			нажит на рабочие	ь сообщении.		
The Wall Street Journal	зарубе жный традиц ионный СМИ	25 апреля 2016	Китайские интернет-п редприятия поддержива ют государстве нные предприяти и	дочерняя компания Alibaba вложила средства в капитал в филиальной компаний госпредприят ии	позитивно	связи
China business journal	традиц ионный СМИ (газета)	25 апреля 2016	Alibaba вложила большие средства в капитал в app “Eleme”	Alibaba вложила большие средства в капитал в app “Eleme”. Человек может заказать доставки на дом через этот app.	позитивно	нет связи
The Wall Street Journal	зарубе жный традиц ионный	21 апреля 2016	IT-Компан ия Tecent и IT-Компани я Alibaba	Официальные аккаунты на платформе Wechat	негативно	связи

	СМИ		будут жестко конкурировать на рынке “электронного правительства”	эффективно и прямо обменяются мнениями общества с властями. Правительство много городов выбирают с ним сотрудничать.		
tech.caijing.com.cn	новый СМИ	21 апреля 2016	Alibaba показала свой платформ “Интернет вещей” в городе Шэньчжэне	Alibaba успешно исследовал и развивал платформ “Интернет вещей”, и компании подаисал договор с правительством города Цыси, за то, что вместе стимулируют использование инновационных высокотехнологий.	ПОЗИТИВНО	СВЯЗИ

Синьхуа интернет	официальное информационное агентство	18 апреля 2016	Премьер-министр Новой Зеландии встретился Джек Ма, платформой Alibaba является хороший шанс для страны Новой Зеландии	Alibaba Group с бюро по делам торгового развития Новой Зеландии (NZTE) подписали кооперативный меморандум	позитивно	связи
renmin.cn	официальное информационное агентство	16 апреля 2016	Форум технологии Alibaba проводил в университете Цинхуа	Форум технологии Alibaba (ATF (Alibaba Technology Forum) устроит каждый год, специально ориентированы на студентом.	позитивно	нет связи

sina.com	новый СМИ	13 апреля 2016	Бизнес-группа состоит из правительства Австралия, посещал компании Alibaba	Представитель Органов государственной власти Австралии с CEO компании Alibaba вместе объявили, что “день Австралии начинается”	позитивно	связи
The Beijing News	традиционный СМИ (газета)	12 апреля 2016	Alibaba сотрудничает с компанией “Zhuanche”	app “Shenzhouzhuanche” с Alibaba пришли к соглашению на взаимодействие по направлению создания мобильного приложения для поиска, вызова и оплаты такси .	позитивно	нет связи

Приложение 2.

Вопросы по экспертному опросу	Господин Чжан	Господин Линь	Господа Ли
Взаимодействует ли ваша компания с органами государственной власти?	Да	Да	Да
С каким уровнем органов государственной власти ваша компания взаимодействует чаще всего?	городскими, и провинциальными.	городскими, и провинциальными.	Главные, часто с городскими, и провинциальными. Иногда с центральными органами властей.
Кто в вашей компании занимается GR-коммуникации с органами государственной власти? Если есть работники, занимаются в вашей компании GR-коммуникации с органами государственной власти, то в каком отделе они работают?	есть кто-то, кто занимается GR-коммуникацией, но GR-не его главная обязанность. В Юридическом отделе, в который входят те, кто занимается GR-коммуникацией. Иногда компания	В компании есть работники, специализирующиеся на GR-коммуникации и. В PR-отделе, включающий тех, кто занимается GR-коммуникацией	В компании есть работники, специализирующиеся на GR-коммуникации. В отдельном GR-сфере.

сотрудничает
с
профессионал
ьнымGR-аген
ством за
абонентское
исчерпывающ
ее
GR-обслужив
ание с
GR-агентством

Если есть работники, занимаются в вашей компании GR коммуникацией с органами государственной власти, занимались ли они государственной службой раньше (перед работой в вашей компании)?	работники, занимаются в вашей компании GR коммуникаци ей с органами государствен ной, никто не занимался государствен ной службой раньше. Но главный директор в нашей компании, за нимался государствен ной службой.	Да, есть работники, занимаются GR коммуникацией с органами государственной власти, занимал ись государственной службой раньше.	Да, я занимался государственной службой раньше. У меня несколько сотрудники, они тоже занимались государственной службой раньше.
--	--	---	--

Почему вашей компании нужна GR-деятельность?	Мы пытаемся получить налоговые льготы и финансовые субсидия.	У нас главная продукция финансов и управления предприятиями. Органами государственной власти является наш главный клиент. для получивших выгодные государственные заказы, нам нужна GR-деятельность.	хорошая перспектива развития IT-отрасли зависит от отношений частной IT-компания с органами государственной власти, и это не похоже на остальные традиционные отрасли. В компании много программы, которым нужно правительство поддерживает. GR-деятельности могут представить более возможности для нас, за то, что создание здоровое отношение с властей.
Покажите ваш опыт, пожалуйста, какие основные GR-стратегий помогает достижению успеха?	Есть знакомые, работающие в органе государственной власти. Трудно избежать от взятки и подарок. Главный директор часто участвует в собрании, которые	Конечно, у директора есть знакомые, работающие в органе власти. Когда органы государственной власти организуют социальную общественную деятельность, мы представим финансовые поддержки. Кроме этих, у нас	1. главные директора (и выше) часто участвуют местные, национальные, а также международные саммиты, форум, выступления и т.д., которые члены органы властей тоже присутствуют. Для нас легче создание прямые контакты с властей. 2. Поддержка политической деятельности 3. КСО тоже важно. У нас много КСО

правительств
о организует.

есть ресурсы
местных СМИ.

программ, которые
сотрудничают с
властей.

4. Медиарейншз. Мы
хорошо
взаимодействуем с
главные СМИ В Китае,
когда у нас событие,
пресс-конференция, мы
пригласили
журналистики на
конференции. Конечно
даем им “сверток с
дебгами”, за то что
благодарить их работе.

Участвовала ли ваша компания в какой-либо профессиональной ассоциации с органами государственной власти? если да, почему ваша компания участвовала такой ассоциации?	Да,обычно профессионал ьные ассоциации с органами государствен ной власти представят услуги урегулировав шей разногласия между компаниями.	Да, участие (профессиональн ой ассоциации с органами государственной власти) помогает компан ии усиливать связи с органами государственной власти .	Да,профессиональные ассоциации приставляющие общие интересы в IT-сфере. Они иногда создают профессиональные форумы. Участие такие форумы могут познакомиться с другими компаниями , сделать доклад перед случающими органы власти. Это помогает компании усиливать связи с органами государственной власти .
---	---	---	---

Как вы думаете,
GR помогает
развитию вашей
компании?

Да

конечно, да

здоровое и эффективные
GR эффективно влияет на
развитию компании.

Трудно
сказать,
компания
маленькая,
создание
политических
связи трудно,
мы решим
единожды
сотрудничает
с
профессионал
ьным
GR-агентством
в следующем
году.

нормально пока,
чуть чуть
пассивно.

несмотря на имеющиеся
трудности, в общем
отношение вашей
компании с органами
государственной власти
неплохо.